

# 学生から先生へのメールの書式と表現に関する考察

## —日本語母語話者、学習者と教材の比較を中心に—

首都大学東京大学院人文科学研究科

人間科学専攻日本語教育学教室

閻薇

### 要旨

技術の発展とともに、メールはコミュニケーションツールとしても多用されている。日本語学習者は、発信者の必須能力の一つとして、伝達媒体や用途に応じて適切な書き方で書ける能力を身につける必要がある。本研究では、日本語母語話者と日本語学習者(中国語母語・韓国語母語)の先生へのメールを対比し、意識調査、教材調査と合わせて、学習者へのメール作成に関する指導案を提案した。具体的には、まず、予備調査で学習者のメールへの苦手意識が確認できた。また、本調査では先生宛での依頼メールのデータである「YNU 書き言葉コーパス」データと追加調査データを使い、フォーマルなメールを書く際、日本語母語話者と学習者における目上の人へのメールの書き方(書式・表現)の相違点と共通点を明らかにした。書式は「件名」「宛名」「署名(氏名・所属・連絡先・日付・罫線)」「改行(一行の文字数・改行位置)」「レイアウト」を、表現は「不適切なはじめの挨拶(こんにちは・おはようございます・こんばんは・お世話)」「お詫び表現」「終わりの挨拶(返信を求める表現・よろしく願いますという表現)」を調査した。次に、追加意識調査では日本語母語話者のメールへの苦手意識も確認でき、とくに書式への苦手意識が学習者より高いという結果が見られた。さらに被調査者が参考にすることが多い「ネット」から、メールの書き方を紹介するウェブサイトを調査し、ネットには学生生活向けの内容が足りないことがわかった。最後に、書籍調査をし、ネット調査と合わせて本調査を補足し、メールの書き方の指導案を提案した。

【キーワード】日本語作文教育、メールの書き方、書式、定型表現、言語運用、YNU 書き言葉コーパス

学生から先生へのメールの書式と表現に関する考察  
—日本語母語話者、学習者と教材の比較を中心に—

目次

1. はじめに	1
2. 先行研究	2
2.1 メール構造(機能要素、展開)について	2
2.1.1 目上の人へのメールの構造	2
2.1.2 対等者へのメールの構造	2
2.1.3 目上の人へのメールと対等者へのメールの構造	2
2.2 メール書式(文字数、長さなど)について	3
2.2.1 文字数と改行位置	3
2.2.2 長さ	4
2.2.3 文体	4
2.2.4 「YNU 書き言葉コーパス」において書式に関する内容	4
2.3 形式の重要性について	5
2.4 メールに特有的な表現について	6
2.4.1 「こんにちは」	6
2.4.2 「お世話」	6
2.4.3 お詫び表現	7
2.4.4 返信を求める表現	7
2.4.5 「よろしくお願いします」	8
2.5 先行研究の問題点	8
3. 研究目的	9
4. 予備調査(意識調査)	9
4.1 調査目的	9
4.2 調査方法	9
4.3 調査結果	9
4.3.1 基本データ	9
4.3.2 コミュニケーションツールの使用状況と苦手意識	11
4.3.3 電子メールの使用状況と苦手意識	12
4.3.4 電子メールの書き方についての学習状況	13
4.3.5 電子メールの各項目についての苦手意識と重要性	14
4.3.6 参考となるものを探す方法	16
4.3.7 電子メールの書式	17
4.4 考察	18
5. 本調査	19
5.1 調査目的	19
5.2 調査方法	19

5.3 使用するデータ	19
5.3.1 「YNU 書き言葉コーパス」データ	19
5.3.1.1 テータ選択理由	19
5.3.1.2 データの使用方法	20
5.3.2 追加調査データ	20
5.3.2.1 追加調査の目的	20
5.3.2.2 調査対象	20
5.3.2.3 調査手順	21
5.3.2.4 調査期間	21
5.3.2.5 データの使用方法と処理方法	21
5.3.2.6 追加調査データの独創性	23
5.4 分析項目	23
5.5 書式についての調査	24
5.5.1 調査項目と調査理由	24
5.5.2 データの初期処理	24
5.5.3 結果と考察	25
5.5.3.1 件名・宛名・署名（氏名・所属・連絡先・罫線・日付）の有無	25
5.5.3.2 件名の書き方	26
5.5.3.3 改行意識・レイアウト	29
5.5.4 提案	33
5.6 表現についての調査	33
5.6.1 調査項目と調査理由	33
5.6.2 データの検索方法	34
5.6.3 結果と考察	35
5.6.3.1 不適切なはじめの挨拶	35
5.6.3.2 お詫び表現	37
5.6.3.3 終わりの挨拶	39
A. 返信を求める表現	39
B. 「よろしくお願いします」という表現	41
5.6.4 提案	42
6. 追加意識調査	43
6.1 調査目的	43
6.2 調査方法	43
6.3 調査結果	43
6.3.1 基本データ	43
6.3.2 コミュニケーションツールの使用状況と苦手意識	45
6.3.3 電子メールの使用状況と苦手意識	46

6.3.4 電子メールの書き方についての学習状況	47
6.3.5 電子メールの各項目についての苦手意識と重要性	48
6.3.6 参考となるものを探す方法	50
6.3.7 電子メールの書式	51
6.4 考察	51
7. 教材調査	52
7.1 目的	52
7.2 ネット調査	52
7.2.1 方法	52
7.2.2 結果と考察	53
7.2.2.1 「メールの書き方」に関するウェブサイトの検索結果	53
7.2.2.2 学生向けの「メールの書き方」に関するウェブサイトの内容	57
7.2.2.3 学生生活のためのメールの書き方に関するウェブサイトの内容	59
7.2.3 提案	62
7.3 書籍調査	62
7.3.1 方法	62
7.3.2 結果と考察	62
7.3.2.1 収集した「メールの書き方」に関する書籍の概要	62
7.3.2.2 『留学生用日本語作文テキスト』	63
7.4 望ましいメールの書き方と指導方法の提案	64
8. まとめと今後の課題	68
9. 参考文献	69

# 学生から先生へのメールの書式と表現に関する考察

## —日本語母語話者、学習者と教材の比較を中心に—

首都大学東京大学院人文科学研究科

人間科学専攻日本語教育学教室

閻薇

### 1. はじめに

技術の発展とともに、手紙、電話の他に、メールやLINEのようなソーシャルアプリケーションなどのコミュニケーションツールも多用されている。その中で筆者が取り上げたいのは、学習者が苦手意識を持つ項目であるメールで、特に目上の人へのメールである。

伝達媒体や用途に適切な書き方で書ける能力は、発信者の必須能力の一つである。特に親疎関係は疎の目上の人へのメールは、お互いの情報が少なく、発信者の「内面」や「外見」の代わりに相手に印象を与える自己アピールでもあるので、「内面」の内容だけではなく、「外見」の書式にも十分注意しなければならない。しかし、メールでのコミュニケーションでは、対面や音声によるコミュニケーションに比べ、送り手側に伝達の過大評価が生じやすい(Krugeretal 2005、岡本・佐々木 2007)との報告があり、「適当」な書式でメールを書くことは難しいと考える。

また、メールの日本語表現について、金庭・金(2017)は文法の習得の場合は、活用や用法の違いを身につけるまでに時間がかかるが、挨拶表現の場合はいつどんな時に使うのか、使ってはいけない表現は何かがわかればよく、時間もそれほど必要としないと述べた。筆者も日本語学習者としての経験を振り返ると、先に「締めくくり表現: よろしく申し上げます」のような定型表現を導入すれば、学習者のメールの作成時間が短くなり、メールへの苦手意識も下がるのではないかと考える。

野田(2009)は、会話やメールなど双方向的なコミュニケーションは、伝達内容だけでなく、相手への伝達方法が重視されるものであると述べている。これまでの日本語教育では、「話す」教育と「書く」教育では相手への伝達方法は非常に重要なはずであるが、伝達方法にはあまり関心が払われてこなかったと述べている。筆者は中国人日本語学習者として、日本に留学する前に、日本語母語話者の先生が開いた留学生向けの塾でメールの書き方を勉強したことはあるが、学校の日本語の授業で書き方について勉強したことはなかった。多くの学習者は日本に来て、日本語が主な交流する手段になってから初めて、メールの難しさを実感したのではないだろうか。

以上の問題を解決するために、日本語母語話者と日本語学習者の目上の人へのメールの書き方の相違点と共通点を把握した上で、教材と比較し、より望ましいメールの書き方を究明し、学習者の不足点から、日本語教育にメールの書き方の指導方法を提案することが

必要であると考ええる。

## 2. 先行研究

### 2.1 メール構造(機能要素、展開)について

#### 2.1.1 目上の人へのメールの構造

濱田など(2013)は、日本語で改まったメールを書くことにあまり慣れていない中国人留学生(学部一年生、及び日本に留学して間もない学生のうち、中級レベル以上に日本語力を有する学生)と日本人大学生(学部一年生)を対象に、それぞれが書く「所属学科の教員から頼まれていた学会の手伝いのアルバイトを断るメール」を分析した。

日本人大学生は「宛名」、「冒頭の挨拶」、「署名」の使用が少なく、メールの形式面への配慮があまりされていなかった。その原因は、日本人大学生は、親しい人と携帯メールでのやりとり非常に慣れている分、その影響を受けやすいと考える。改まったメールを書く時の形式、携帯メールとの違いについても指導項目に入れるべきだと述べている。

#### 2.1.2 対等者へのメールの構造

吉田(2009)は、日本人の友人からの誘いに対する断りのメール文における働きかけ方について、韓国人日本語学習者(KJ、平均滞日 3 年)と日本語母語話者(JJ)の比較を行った。KJ と JJ の執筆した断りのメール文を、「機能的要素」(依頼の言語行動における働きかけの機能を担う最小部分と考えられる単位)(熊谷・篠崎 2006)に分割したところ、直接依頼、名乗り、共感、関係維持、謝礼、好意的反応、代案提示、気配りの 8 種類の機能的要素において、KJ と JJ の使用率に 10%以上の差が見られた。

李(2004)では、20 代の同性友人同士・台日各々 30 組(男女半々)を対象として、それぞれの母語による電子メールを分析した。電子メールの展開構造を調べ、電子メールによる依頼の展開は①予告(件名)、②依頼前の行動、③予告(本文)、④先行依頼、⑤依頼、⑥依頼後の行動の 6 段階で構成されていることを示した。日台での依頼メールの展開の違いは、②依頼前の行動と③予告(本文)にあることを明らかにしている。

#### 2.1.3 目上の人へのメールと対等者へのメールの構造

東(2015)は、ある国立大学に所属する日本人大学生(KS)と韓国人日本語学習者(JS)30 名ずつを対象に、社会的上下・親疎関係を考慮した二つのタスクを与え、依頼メールを収集した。目上で親疎関係が疎の人へのメールでは、KS は JS と同様、宛名→冒頭の挨拶→自己紹介→依頼予告→事情説明→必然性→恐縮の表明→仮定→依頼→最後の挨拶、といった展開をしており、最後に【署名】を入れていない人が多いことを除いては、形式上大きな問題は見当たらなかった。対等で親疎関係が親の人へのメールでは、JS は冒頭の挨拶→状況確認→事情説明→必然性→依頼、というシンプルな展開をしているに対し、KS は JS のように宛名と自己紹介を省くことをせず、さらに JS が使用しない【近況伺い】まで多用し

ている。また、【仮定】を使用することで対人配慮を行いつつも、押しつけが強いとも捉えられる【念押し】と【返信要求】を多く使用していることがわかった。

カムトーンティップ、タワット(2015)では、ロールプレイの手法を用いて、日本語母語話者が目上の相手に書いた約束をキャンセルするメール計40例を分析データとし、談話構造を分析した。調査協力者は20代から40代までの大学生(5名)と大学院生(15名)で男性9名、女性11名の合計20名である。その結果、目上の人へのメールには、〈件名→宛名→名乗り→前置き→キャンセル理由→キャンセル報告→配慮表現→謝罪表現→再約束の依頼→署名〉という10種の出現順序が最も多かった。一方、対等者へのメールには、〈件名→宛名→前置き→キャンセル理由→キャンセル報告→配慮表現→謝罪表現→再約束の依頼→署名〉という9種の出現順序が最も多かった。目上の人の場合は「名乗り」を書いた人は半数いるが、対等者の場合は少なかった。「謝罪表現」は、目上の人と対等者共に送信者全員が使用した。「署名」は全ての目上の人へのメールに出現したが、対等者へのメールに55%出現した。

## 2.2 メールの書式(文字数、長さなど)について

### 2.2.1 文字数と改行位置

インターネットの通信規約やポリシーにより、メッセージ本文の各行を画面上で80桁以内(なるべくなら七五桁程度以内)に収めるように勧めている。80桁というのは、漢字などの2バイト文字では40字に相当すると高本(1997)は述べている。

高本(1997)はインターネット上で配信されているニュースグループの117名が投稿した延べ2559通の記事を調査対象とし、改行について考察した。文の途中で改行され、次の行に文が継続している場合に、改行を入れている桁数は、全体平均は61.4桁となった。改行位置は、行末が不揃いになっても必ず文節の切れ目で改行している人が62.4%と最も多かった。文節の切れ目ではないが語の切れ目で必ず改行をしている人は4.3%であった。それに対して、一定の桁数で改行して段落の形を箱型にしている人は33.3%であった。段落境界の示し方について、全体の89.7%の人が空行で段落の切れ目を示し、段落冒頭の字下げはしていなかった。改行一字下げの人はわずか4.3%で、空行と一字下げを併用する人も6.3%と少なかった。

上田(1997)は「メールソフトの中には、改行文字が来るまで横に長く文章を表示してしまうものもあるので、メールの本文が全て一行に入っていて延々と横スクロールしないと読めないのでは、読まされる方にとっては苦痛としか言えない」と述べた。また、「パソコン通信で使う電子メールになると、一行あたりの文字数が40字を超えると勝手に改行が挿入されてしまうものもあるので、変な位置で改行されたメールというのも非常に読みにくいものだ。通常は全角文字で一行あたり38~40字が望ましいと言われている」と上田(1997)は述べている。

### 2.2.2 長さ

宮寄(2008)では「言語表現の担う機能の組み合わせ」に着目し、依頼の携帯メールの長さ(言語表現の担う機能の組み合わせの多さ)から丁寧度を捉えるとともに、親しい友人間でその丁寧度がどのような印象を併せ持つかを考察した。

依頼内容の負担の大きさに伴い、送り手側の何らかの配慮の表れとして、携帯メールが長くなる、つまり言語表現機能の組み合わせが増加することが確認できた。さらに配慮をいわゆる改まりの程度の「丁寧さ」だけでなく、その併せ持つ印象を探ることにより、実際のコミュニケーションでは必ずしも「丁寧さ」がプラスの印象としてのみ捉えられない可能性があることが確認できた。また、送受信者双方の立場から調査することにより、送り手が「良かれ」と思い長くなったはずのメールが、プラスの印象を持った配慮として伝わっていないことが確認された。

### 2.2.3 文体

イ(2015)は「スピーチレベルシフト」(「普通体」が基本文体となっている文の中での「丁寧体」へのシフト)について考察した。メール文といった日常生活の中での文章では相手に働きかける場合に「スピーチレベルシフト」が起こりやすいと述べている。その原因は読み手が特定されていて、直接「感謝・謝罪する」場面や「頼む」場面では相手からの反応が期待されるからである。また、「頼む」といった場面では、書き手の希望を伝えているので相手に負担を欠けてしまうことを緩める効果があると述べている。

金・金庭(2016)は、「YNU 書き言葉コーパス」の作文を対象に日本語母語話者と学習者の文体の使用状況を調べた。学習者の場合は、読み手が特定で親疎関係が疎(目上)であるタスクは読み手に対する配慮から文体に注意することができるが、読み手が不特定のタスクや「デスマス体」「非デスマス体」のいずれの文体も使用が可能なタスクでは、文体の使用に問題が見られており、読み手や文体に十分に目を向けていないことが示唆された。

### 2.2.4 「YNU 書き言葉コーパス」において書式に関する内容

「YNU 書き言葉コーパス」において書式に関する内容は、まず金澤(2014)の評価項目《4》体裁・文体の評価内容にある。具体的には、《4-1》手紙、PC メール、ケータイメール、投書、レポート、など用途にあった体裁か否か、《4-2》その文書のスタイルにふさわしい文体か否か(「です・ます体」「非です・ます体」)の二点がある。しかし、評価の対象は本文のみであり、件名と宛名のような書式に関しては考慮していない。



## 2.3 形式の重要性について

野田(2003)は、日本語学習における作文授業の目的(図 1)は、大きく分けて、「日本語の使い方を身につける」と「表現したいことを日本語でアウトプットする」の二点が考えられると述べた。その中で、「日本語の使い方を身につける」には、「学習した文型や語彙を使えるようになる」、「表記を身につける」、「縦書きに慣れる」、「よりわかりやすく伝えられるようになる」、「使いわけができるようになる」という五つのポイントが挙げられている。そして、学習者が書き始める前の準備として、「動機づけ」と「語彙・表現の選択」以外に、構成・筆記手段を指導しておく、スムーズに書き始められると述べた。原稿用紙の使い方やパソコンを使った書き方は、学習者に実際に書かせながら指導すると効果的である(pp. 14-17, pp24-43, pp88-95)。

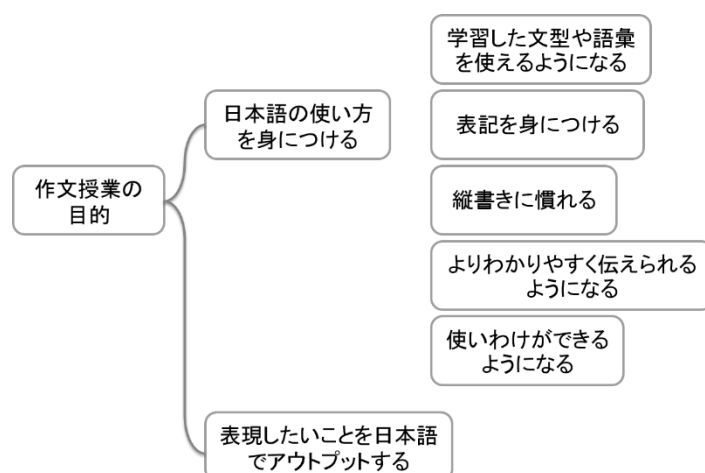


図 1 作文授業の目的

表 1 伝わらない日本語のパターン

相手の状況を考えていない	相手がどんな情報を求めているか？
	相手が何を知っているか？
	相手がどんな人であるか？
相手の反応を予想していない	相手がどんな返答をするか？
	相手がどんな行動をするか？
	相手がどんな気持ちになるか？
相手に伝える工夫をしていない	相手に読んでもらう工夫
	相手に見つけてもらう工夫
	相手に誤解を与えない工夫

野田(2005)は伝わらない日本語を三つの大きなパターンに分けた。各パターンをさらに三つのタイプに分けて、表 1 のように伝わらない日本語を全部で九つのタイプに分けて、

原因と対策を考えている。

野田(2005)は今までの作文教育では、日本語を書く時、どうしたら相手にうまく伝えられるかを考える意識がなかなか育たないと述べている。そして、「日常生活では、特定の人を相手に書くことが多いことが考える。その場合、自分の伝えたいことが相手にうまく伝わるかどうかが大事である。つまり、自己中心の書き方から相手中心の書き方へと意識を転換しなければならない」と述べている。

また、野田(2005)は「相手に見つけてもらう工夫」「相手に読んでもらう工夫」に、必要な情報をすぐに見つけてもらう工夫が必要だという事例に、メールの件名の例を挙げた。見落とされるメールの件名は「内容が漠然としている」「迷惑メールと間違われやすい」「具体的な要件が書かない」の三点が考えられると述べている。見落とされないようにメールの件名を改善するには、野田(2005)は「「お尋ね」「お願い」など、要件の種類を書く」「要件を具体的に書く」「「返信」の時は件名を確認する」の三つのポイントを挙げた(pp. 2-10, pp. 52-58, pp. 132-138, pp. 152-158)。

## 2.4 メールに特有的な表現について

### 2.4.1 「こんにちは」

金庭・金(2017)では、韓国の大学に在籍する日本語学習者と日本人大学生のメール文の比較をし、その違いと日本語能力の向上に伴う変化についてみている。メール開始部において日本人大学生より韓国の大学生は上位、下位ともに「こんにちは」の使用が多かったことがわかった。「こんにちは」は、親しい相手にはよく用いるが、面識のない相手やあまり親しくない目上の人には用いず、使用範囲が限られている。一方、韓国の大学生は上位、下位グループともに相手を選ばず「안녕하세요」に相当する「こんにちは」を使用している可能性があり、母語の影響が考えられる。韓国語のメール文の開始部に「안녕하세요」が頻繁に現れる傾向については李・金(2016)により報告がなされている。「안녕하세요(こんにちは)」「안녕하세요(先生、こんにちは)」「날씨가 많이 따뜻해졌습니다(随分暖かくなりました)」のように挨拶の定型表現のみならず、挨拶に呼びかけを加えたパターンや時候の挨拶表現も用いられる。

### 2.4.2 「お世話」

金庭・金(2016)では、日本語の場合、「ありがとう」「お世話になる」に見られるように、人間関係を円滑に保つための表現をメールの開始部に置くことが多いことがわかった。建前であってもこのような表現を使うことが、良好な関係を築くためのコミュニケーション上の戦略の一つであると述べている。

金庭・金(2017)は、相手との関係を維持するための表現は両言語ともに用いられるが、傾向に相違が見られると述べた。日本語では、メール開始部において用いられる「お世話になる」のように、過去から現在までの相手との関係を維持することが重要であるのに対

し、韓国語ではそのような傾向はあまり見当たらない。韓国語では、それよりも、現在もしくはこれから先の人間関係を保つことが重要で、主に終了部で相手の幸福を願う「좋은 하루 되세요/보내세요(良い一日になるように)」「즐거운 주말 보내세요(楽しい週末を送ってください)」あるいは、日本語にも見られる相手の健康を祈る「건강에 유의하세요(お体に気をつけて下さい)」などの表現を用いると述べた。

#### 2.4.3 お詫び表現

頼(2005)は、台湾人日本語学習者と日本語母語話者の目上の人へのメールでの依頼のしかたを比較した。初めに依頼用件を申し出る際に、日本語母語話者は目上の人に対して、「メールにて失礼します」「突然ですが」など、メールという「依頼の方法」や「突然の依頼」に言及し、「お詫び・謝罪型表現」を使用する傾向があると述べた。それらの表現によって、突然依頼を申し出された被依頼者への配慮を示すことが考えられるが、台湾人日本語学習者はその配慮を示さない傾向があると述べている。

#### 2.4.4 返信を求める表現

金庭・金(2016)では、韓国語の場合、建前よりは、事実を丁寧に言うことが重要であると述べている。返信がほしければ「お返事をお待ちしています」で締めくくり、何かをもらってお礼としてプレゼントを贈りたいと思った場合、「プレゼントを送ります」のように言う。このことから、韓国語では見せかけの前置き表現よりも現実的な表現を選ぶと言えるだろうと金庭・金(2016)は推測した。このような表現を用いる要因の一つは文化の差であることに留意して、今後のメール文の指導に役立てたいと述べている。

金庭・金(2017)は日本語の「返信を待つ」には「急いでいる」という意味が含まれるので、相手を急かさないように「待つ」という表現を避ける傾向にあると分析した。そのため相手に配慮し、「ご返事、よろしくお願いします」や「ご連絡ください」のような別の表現を用いているようである。一方、韓国語では「返事を待つ」にはそのような意味合いはなく、返事がほしければ定型句として使用している可能性があると述べている。韓国語では事実を丁寧に言えばよいと考えられる。この「返信を待つ」という表現は金澤(2014)の「YNU 書き言葉コーパス」の難易度の高いタスクにおいても、韓国語母語話者が多く使用しており、日本語の習熟度に関わらず用いていることが推測される。日本語では事実をストレートに言わないことがあり、返事がほしいということが「お願いします」に含まれていると言えるだろうと述べている。

#### 2.4.5 「よろしくお願いします」

秦 (2016) は、韓国語学習者が書いた先生宛での依頼内容の e メールを取り上げ、学生と先生との間の社会的上下関係を考慮に入れた書き方について韓国語教育の観点から考察した。日本語を母語とする韓国語学習者の e メールで「よろしく願いいたします」の直訳表現である「잘 부탁드립니다 습니다」が多用される原因は、「よろしく願いいたします (申し上げます)」が依頼の談話の終了部分に用いられて本題を締めくくる機能があるからであり、日本語の言語使用における習慣が反映されているところにあると見られる。このことから、日本語母語話者は「よろしくお願いします」を多用するのではないかと述べている。

#### 2.5 先行研究の問題点

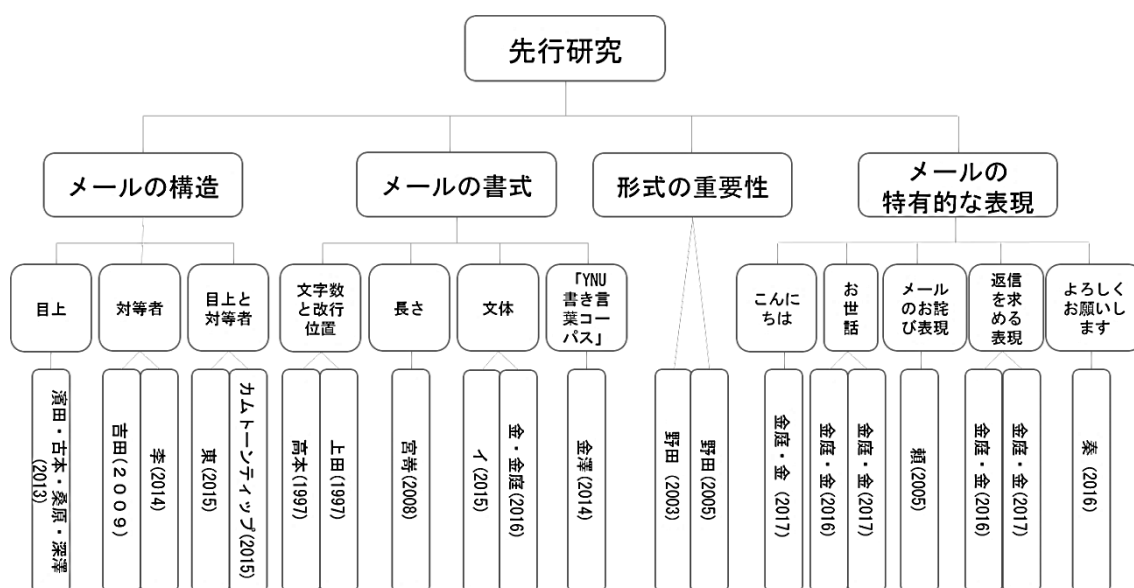


図 2 先行研究

本研究は「メールの構造」「メールの書式」「形式の重要性」「メールに特有的な表現」の四つの方面から先行研究を探した。先行研究を調べると、「メールの構造」についての研究はたくさんあるものの、「メールの書式」についての研究は少ないことがわかった。さらに、「メールの書式」についての先行研究に、上田 (1997)、高本 (1997) はインターネットと電子メールが普及した初期のメールのスタイルと作法を紹介するものなので、やや古い。「YNU 書き言葉コーパス」を使って書式を考察した研究もあるが、「YNU 書き言葉コーパス」の評価の対象は本文のみであり、件名と宛名に関しては考慮していないことも見られた。同時に、「形式の重要性」を述べた野田 (2003)、野田 (2005) があり、書式についての研究や教育は足りないと思われる。また、「メールに特有的な表現」についての先行研究に、金庭・

金(2016)、金庭・金(2017)などがあるが、韓国語を母語とする学習者と日本語母語話者のメール表現をいろいろ対比したが、中国語を母語とする学習者と日本語母語話者のメール表現を対比する研究はまだない。

### 3. 研究目的

本研究はメールの「書式」と「表現」をメールの「書き方」と呼び、先生宛ての依頼内容のメールを取り上げ、フォーマルなメールを書く際、日本語母語話者と学習者における目上の人へのメールの書き方の相違点と共通点を明らかにする。また、より望ましいメールの書き方を究明するため、学習者と母語話者のメールを教材と対比する。不足しているところや特徴的な書き方から、作文教育にメールの書き方の指導を提案する。

### 4. 予備調査

#### 4.1 調査目的

「1. はじめに」では、筆者は自分の日本語学習経験から、多くの日本語学習者は日本に来て、日本語が主な交流する手段になってからメールの難しさを実感したのではないかと推測した。そこで、実際日本語学習者が日本語でのコミュニケーションツールの使用、電子メールの使用について苦手意識を持つかどうかを確認し、具体的な問題点を探るため、意識調査を行う。

#### 4.2 調査方法

中国のアンケート調査ネット「问卷星」でアンケートを作成し、中国のソーシャルアプリケーション「wechat」を通じて、ウェブリンクの形でアンケートを配布する。被調査者は日本に1年以上いる、日本語能力試験N2が合格した中国人留学生(大学三年生以上)に限定し、人数は50名である。予備調査は、フォーマルな文章を書くことに慣れた大学三年生以上、日本語でのコミュニケーションツールを使った交流に慣れてきた来日1年以上の中国人留学生に限定した。さらに、日本語の文章作成能力を持っている日本語能力試験N2に合格したことも条件とした(アンケートは添付資料1を参照)。

### 4.3 調査結果

#### 4.3.1 基本データ

予備調査は、城西国際大学、首都大学東京、東京外国語大学、上智大学等、計25校の中国人留学生50名の協力を得た。被調査者の学年を表2のようにまとめた。結果としては学部生(三・四年生)5名、大学院生(研究生・M1・M2・D1・大学院生)45名のデータを収集した。所属の学部・研究科は、人文社会研究科、地球環境学、美術研究科、経済学研究科、エネルギー科学研究科などで、幅広い専攻の中国人留学生が被調査者となった。

表 2 被調査者の学年

	学年	数量	計
学部生	3 年生	1	5
	4 年生	4	
大学院生	研究生	3	45
	M1	15	
	M2	24	
	D1	2	
	大学院生	1	

表 3 は被調査者の来日年数のデータである。被調査者の中の 28%が日本に来て 1 年から 2 年になった留学生である。2 年以上日本にいた留学生が全体の 72%を占め、来日年数の平均は 3.1 年である。

表 3 被調査者の来日年数

年数	計	比率
2 年以上 (後ろに年数を書いてください)	36	72%
1 年～2 年	14	28%
1 年未満	0	0%
回答人数	50	

表 4 は被調査者の日本語学習年数の調査結果である。予備調査は日本語能力試験 N2 に合格した学習者に限定した。結果として、日本語を 1 年から 2 年勉強した被調査者は 6 名である。被調査者大部分は来日 2 年以上の大学院生なので、2 年以上日本語を勉強した被調査者が多く、44 名である。2 年以上勉強した人の学習年数の平均は 5.3 年である。

表 4 被調査者の日本語学習年数

年数	計	比率
2 年以上 (後ろに年数を書いてください)	44	88%
1 年～2 年	6	12%
1 年未満	0	0%
回答人数	50	

#### 4.3.2 コミュニケーションツールの使用状況と苦手意識

日常生活でよく使用するコミュニケーションツールについての調査結果を、表 5 のようにまとめた。電子メールとソーシャルアプリケーションを選んだ人が一番多く(45 名)、次は電話で、かなり多く(36 名)、逆に手紙を使用する人が一番少ない(8 名)結果となった。「その他に」を選んだ人は 5 名だが、記入したものはインターネットの検索、友人との交流、授業、バイト、「wechat」である。インターネットの検索、友人との交流、授業、バイトはコミュニケーションツールではないため除外した。「wechat」は「LINE」と似ていて、中国のソーシャルアプリケーションなのでソーシャルアプリケーションにまとめた。被調査者のコミュニケーションツールの使用状況から、メールの使用頻度が高いことが確認された。

表 5 被調査者のコミュニケーションツールの使用状況(複数回答)

コミュニケーションツール	計	比率
電子メール	45	90%
ソーシャルアプリケーション(例:LINE)	45	90%
電話	36	72%
手紙	8	16%
回答人数	50	

表 6 被調査者が考えるコミュニケーションツールの難易度

コミュニケーションツール	総合得点
手紙	4.1
電話	3.6
電子メール	3.2
ソーシャルアプリケーション(例:LINE)	2.3
その他	0
最大	5

表 6 は、「コミュニケーションツールを使うのが難しいと思う順」という順番付け問題の結果から計算した各ツールの総合得点<sup>1</sup>のまとめである。得点が一番高いツールは手紙で、手紙の使用頻度が少ないことに関係があると考えられる。次は電話と電子メールで、それぞれ 3.6 点、3.2 点である。電子メールと同じく使用頻度の高いツール、ソーシャルアプリ

<sup>1</sup>総合得点: 順番つけ問題の各選択肢の総合得点の計算方法: 選択肢の総合得点 = (Σ 頻度 × 順位に対応するポイント) / この問題の回答人数。ポイントと順位の対応は、例えば、ある問題に三つの選択肢がある場合、一位に位置付けられた選択肢のポイントは 3、二位は 2、三位は 1 である。選択肢 A は一位と選ばれた回数は 2 回、二位は 4 回、三位は 6 回、この問題が 12 名に答えられた場合、A の総合得点 = (2 × 3 + 4 × 2 + 6 × 1) / 12 = 1.67)。

ケーションの得点は一番低く、2.3点である。この結果から、学習者の電子メールの使用頻度は多いが、難易度は電話と同じぐらい高いと思っていることが見られる。

#### 4.3.3 電子メールの使用状況と苦手意識

4.3.2では、学習者は他のコミュニケーションツールと比べ、日常生活でよく電子メールを使用することや、電子メールに対する苦手意識が比較的に高いことがわかった。ここで、電子メールの使用状況と苦手意識をさらに確認した。表7は被調査者の電子メールの使用頻度をまとめたものである。「ほぼ使わない」と選択した人は1名だけである。「ほぼ毎日使う」と選択した人が一番多く、19名いた。「週3～5回使う」と「週1回ぐらい使う」と選択した人は同じく15名いた。この結果から、来日1年以上の留学生は、電子メールを使う機会が多いことがわかった。

表7 被調査者の電子メールの使用頻度

使用頻度	計	比率
ほぼ毎日使う	19	38%
週3～5回使う	15	30%
週1回ぐらい使う	15	30%
ほぼ使わない	1	2%
回答人数	50	

表8は、「電子メールを作成する時、難しいと思うか」という問いに対する回答結果である。簡単だと思う人はわずか8名である。難しいと思う人とやや難しいと思う人はそれぞれ13名、29名いた。この結果から、多くの学習者が電子メールについて苦手意識を持っていることが考えられる。

表8 電子メールの作成についての苦手意識

難しさ	計	比率
やや難しい	29	58%
難しい	13	26%
簡単	8	16%
回答人数	50	

電子メールの作成が難しい、やや難しいと思っている42名の被調査者を対象に、相手による難易度について調査した。調査結果は、表9のようにまとめた。一番難しいと考える相手は、目上の人である。次は同等の人で、得点が一番低いのは目下の人である。この結果から、学習者にとって目上の人へ電子メールを送ることが難しいことがわかった。



表 9 電子メールの相手による難易度

相手	総合得点
目上の人	2.9
同等の人	1.1
目下の人	0.8
最大	3

表 10 は、目上の人へ電子メール（300 字程度）を送る時の作成時間の回答結果をまとめたものである。300 字程度と設定した理由は、「YNU 書き言葉コーパス」のタスク 1(面識のない先生への本の貸し出しメール)と同じような状況を想定し、タスク 1 のデータの平均字数(223 字)から設定した。10 分～20 分を選んだ人が一番多く、18 名いた。続いては「20 分～30 分」で、13 名いた。「30 分以上」と「10 分以内」を選んだ人がそれぞれ 10 名、9 名である。この結果から、多くの学習者が電子メールを作成する際、長い時間がかかることがわかった。その理由は、作成する際、日本語表現や書式などに迷っているところが存在するからだと推測する。

表 10 被調査者の電子メールの作成時間

時間	計	比率
10 分～20 分	18	36%
20 分～30 分	13	26%
30 分以上	10	20%
10 分以内	9	18%
回答人数	50	

#### 4.3.4 電子メールの書き方についての学習状況

4.3.2、4.3.3 で、学習者がメールについて苦手意識を持つことを確認した。では、電子メールの書き方について勉強したことがあるか、被調査者の電子メールの書き方についての学習状況の調査結果を表 11 のようにまとめた。電子メールの書き方について勉強したことがあると答えた人は 31 名いた。勉強したことがない人は三分の一ぐらいで 19 名いた。勉強したことがあると答えた人の比率は予想を上回ったが、今回の被調査者の大部分は、日本語を 2 年以上勉強した大学院生で、体系的な日本語教育を受けたことがある人が多いことに関係があると考えられる。

表 11 被調査者の電子メールの書き方についての学習状況

状況	計	比率
ある	31	62%
ない	19	38%
回答人数	50	

表 12 は、電子メールの書き方について勉強したことがあると答えた 31 名がそれを学習した場所の調査結果である。学校の日本語作文授業で勉強したと答えた人の比率が一番多く、17 名いた。学校の基礎日本語授業と選択した人は 6 名で、学校以外の就職や進学の塾を選択した人は 2 名いた。「その他」に、「日本人に教わって(教えて)もらう」、「インターネット」、「学校のビジネス日本語授業」、「インターネットや本自分で勉強した」、「ネット 参考書」、「ネットで例文を探す」(回答のまま)の答えがあるが、「学校のビジネス日本語授業」以外の答えは「自学」なので、正規の教育を受けたわけではないと判断する。したがって、学校で電子メールの書き方を勉強したことがある人は 24 名で、被調査者の 48%を占めている。半分ぐらいの人は学校で電子メールの書き方について勉強したことがないことが見られる(被調査者のフィードバックから、この問題は複数選択ができないという問題点が出た。本調査で改善する)。

表 12 被調査者が電子メールの書き方を学んだ場所

場所	計	比率
学校の日本語作文授業	17	56%
学校の基礎日本語授業	6	19%
その他	6	19%
学校以外の就職や進学の塾	2	6%
回答人数	31	

#### 4.3.5 電子メールの各項目についての苦手意識と評価

学習者は具体的に電子メールのどんなところに苦手意識を持っているのかを明らかにするため、電子メールに苦手意識を持つ学習者に、「YNU 書き言葉コーパス」の中の電子メールの作成に関わる「評価項目」を使い、各項目の苦手意識について調査を行った。結果を表 13 にまとめた。

表 13 電子メールの各評価項目の難易度(複数回答)

項目	計	比率
敬語と終助詞(「ね」のような、主に文末に現れ、話し手から聞き手への伝達に伴う態度を表す助詞)の使用	34	81%
読み手に不快感を与えない表現	31	74%
正確な日本語表現	30	71%
メールの体裁(手紙、電子メールなどの用途にふさわしい構成)と文体	15	36%
詳細な事情説明	14	33%
(空)	1	2%
その他	0	0%
回答人数	42	

「敬語と終助詞の使用」を選んだ人が一番多く、34 名いた。次は「読み手に不快感を与えない表現」31 名、「正確な日本語表現」30 名である。「メールの体裁と文体」と「詳細な事情説明」を選んだ人は少なく、それぞれ 15 名、14 名いた。この結果から、「敬語と終助詞」「読み手に不快感を与えない表現」「正確な日本語表現」のような日本語表現に苦手意識を持つ学習者も多く見られた。「メールの体裁」のような書式については学習者が簡単だと思っていることが推測される。

表 14 読みやすい電子メールの不可欠な項目

項目	総合得点
詳細な事情説明	4.4
正確な日本語表現	4.3
読み手に不快感を与えない表現	3.8
敬語と終助詞(「ね」のような、主に文末に現れ、話し手から聞き手への伝達に伴う態度を表す助詞)の使用	2.9
メールの体裁(手紙、電子メールなどの用途にふさわしい構成)と文体	2.8
その他	0
最大	6

読みやすいメールに不可欠なものに関する問いについて、各項目の総合得点を表 14 にまとめた。得点が一番高いのは「詳細な事情説明」であり、4.4 点である。次は「正確な日本語表現」、「読み手に不快感を与えない表現」、それぞれ 4.3 点と 3.8 点である。「敬語と終助詞の使用」と「メールの体裁と文体」はそれぞれ 2.9 点、2.8 点である。学習者は内容の

説明や、日本語表現は読みやすさに関わっている一方、書式を重視していないことが考えられる。

表 15 読みやすい電子メールに不可欠な項目で一位に選ばれたものの集計

項目	計	比率
詳細な事情説明	21	42%
正確な日本語表現	10	20%
読み手に不快感を与えない表現	10	20%
メールの体裁(手紙、電子メールなどの用途にふさわしい構成)と文体	6	12%
敬語と終助詞(「ね」のような、主に文末に現れ、話し手から聞き手への伝達に伴う態度を表す助詞)の使用	3	6%
回答人数	50	

ここで、不可欠な項目で一位に選ばれた項目の選択状況を表 15 にまとめた。注目したいのは「メールの体裁と文体」で、一番目に選ばれたのは 6 回で、「敬語と終助詞」を上回った。表 13 からわかるように、学習者は書式が簡単だと思っているが、一番難しいと思われる敬語と同じぐらい不可欠だと思っていることがわかった。

#### 4.3.6 参考となるものを探す方法

表 16 参考となるものを探す方法(複数回答)

参考となるものがある場所	計	比率
ネットから参考となるものを探す	45	90%
他の人に聞く	24	48%
教材から参考となるものを探す	13	26%
参考となるものを探さない	3	6%
それ以外のところから参考となるものを探す	0	0%
回答人数	50	

学習者がメールを作成する際、参考となるものを探すのかという問題について、学習者の回答を表 16 のようにまとめた。電子メールを作成する際、参考となるものを探さないと答えた人は 3 名だけであった。参考となるものを探すと答えた人の中では、ネットから参考となるものを探す人が一番多く、45 名いた。その後は「他の人に聞く」と「教材から参考となるものを探す」で、それぞれ 24 名と 13 名いた。「教材から参考となるものを探す」

を選んだ人が少ない理由は、教材に参考となるものが少ないからだと推測される。

表 17 電子メール作成する際の参考項目(複数回答)

項目	計	比率
敬語と終助詞の使用	24	51.1%
正確な日本語表現	23	48.9%
読み手に不快感を与えない表現	14	29.8%
(空)	14	29.8%
メールの体裁と文体	12	25.5%
その他	1	2.1%
詳細な事情説明	0	0%
回答人数	47	

では、学習者は具体的にどんな項目で参考となるものを探すのか。表 17 は学習者が電子メールを作成する際、各項目の参考状況をまとめたものである。「敬語と終助詞の使用」と「正確な日本語表現」についての参考を探す人が多く、それぞれ 24 人と 23 人である。続いては「読み手に不快感を与えない表現」で、14 回選ばれた。「メールの体裁と文体」についての参考を探す人と選んだ人は 12 名である。内容だけではなく、形式にも参考となるものを探すことから、電子メールの形式に迷っている学習者がいることが考えられる。

ここで(空)が多い原因は、この問題に「問題 14 に「参考となるものを探さない」以外の選択肢を選んだ人へ」と回答者を限定したかったが、ネットアンケートを作る時、「問題 14 に「参考となるものを探す」以外の選択肢を選んだ人へ」と間違った説明を書いてしまったからである。本調査の意識調査に修正する。

#### 4.3.7 被調査者の電子メールの書式

表 18 は、電子メールを書く時に、書式にこだわるところはあるかという問いの調査結果である。勉強した書式で書く人は 21 名である。4.3.4 で書き方を勉強したことがあると答えた人は 31 名いた。これらの結果から、大部分の人は勉強を通じて電子メールの書式を実際に使用できるようになったことが考えられる。「その他」に「場合によって違う」という答えがあり、これもこだわりがあると判断する。「特にこだわりがない」と答えた人が 13 名いたことは、学習者の中に電子メールの書式の重要性を意識していない人もかなりいると考えられる。

表 18 被調査者の電子メールの書式

書式種類	計	比率
勉強した書式で書く	21	42%
自分の決まったスタイルで書く	14	28%
特にこだわりのない	13	26%
その他	2	4%
回答人数	50	

#### 4.4 考察

意識調査の結果から得られた情報をまとめてみると、図 3 のような問題点が出てくる。まず、学習者のメールの使用頻度が高いが、メールの作成時間は長いことから、メールを作成する際迷っている項目が存在することが推測された。また、多くの学習者はメールについて苦手意識を持っていて、参考となるものを探すことも見られた。しかしながら、アンケートの結果を見る限り、半分程の学習者しか学校で勉強したことがなく、参考となる教材が少ないようである。

また、メールの日本語表現に苦手意識を持つ学習者は多く、メールの日本語表現の教育が必要と思われる。同時に、書式が簡単だと思っていて、形式の重要性を意識しない人が多いが、書式について参考となるものを探す人もいることから、メールの日本語表現以外に、書式についての教育も必要だと考えられる。ここで、書き方の授業を受けた人は半分ぐらいで、参考となる教材が少ないことは問題になる。メールの書き方についての教育が足りないことを改善するため、本調査と教材調査を行う。

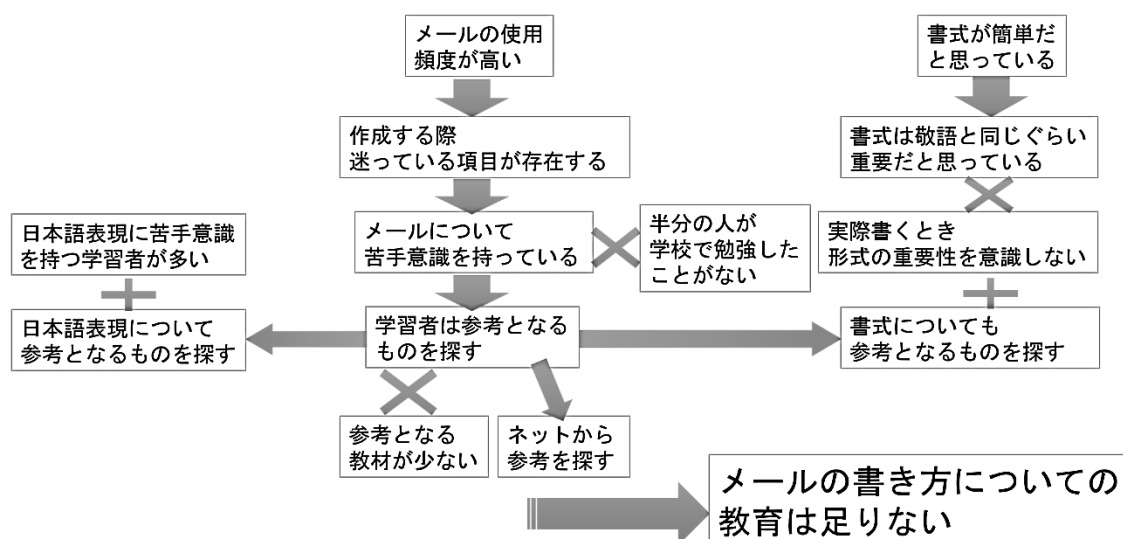


図 3 調査結果のまとめと問題点

## 5. 本調査

### 5.1 調査目的

日本語母語話者と学習者における目上の人へのメールを、書式とメールに特有的な表現という二つの観点から、相違点と共通点を明らかにする。また、学習者の不足点から作文教育にメールの書き方の指導を提案することも本調査の目的とする。

### 5.2 調査方法

本調査では、日本語母語話者と学習者メールの書式と表現の二方面から考察するため、日本語母語話者と学習者のメール文を収集する。

まず、「YNU 書き言葉コーパス」の中のメール文データである、タスク 1 の中国語を母語とする学習者 30 名、韓国語を母語とする学習者 30 名と日本語母語話者 30 名のデータを調査対象とする。

ただし、「YNU 書き言葉コーパス」は手書きのデータを電子情報としてテキスト化したデータなので、手書きする時気づかなかったところがあるかもしれない。そこで、書式についての調査では、よりリアルなメールを考察する必要があると考え、タスク 1 の内容を使い追加テストを行い、実際の電子メールを収集する。具体的な収集方法を 5.3 で述べる。

また、予備調査で学習者の苦手意識を検証したが、日本語母語話者の苦手意識も確認するため、追加調査でも意識調査を行い、「6. 追加意識調査」で考察する。

なお、以後「中国語を母語とする学習者」を「中国語母語話者」と、「韓国語を母語とする学習者」を「韓国語母語話者」とする。

### 5.3 使用するデータ

#### 5.3.1 YNU 書き言葉コーパス

##### 5.3.1.1 テータ選択理由

「YNU 書き言葉コーパス」には中国語母語話者、韓国語母語話者と日本語母語話者のメール文データが含まれる。また、そのデータには被調査者が書いた通りに、できるだけ再現した「オリジナルデータ」と、漢字の誤りや送り仮名が修正された「補助データ」があり、書式と表現の考察を考え、「YNU 書き言葉コーパス」を選択した。

予備調査にも見られたように、学習者は目上の人へ電子メールを送ることが一番難しいと思っている。目上の人へ電子メールを送る時の作成時についての回答結果から、多くの学習者は電子作成に長い時間がかかることがわかった。予備調査の被調査者は在学中の留学生に限定したので、学生生活で「目の上の人へのメール」は「先生へのメール」の比率が高いと考える。また、比較的に難易度の高いタスクを設定するため、「親疎関係」は「疎」と設定する。そのため、「目の上の人へのメール」と「親疎関係は疎」を満たして、学習者が生活で使用する可能性が高い「YNU 書き言葉コーパス」タスク 1 のデータを選んだ。

「YNU 書き言葉コーパス」タスク 1 の内容は以下の通りである。タスク 1 は「自発型」の

タスクで、相手は「特定」で、親疎関係は「疎（目上）」の人物である。また、想定するテキストの型は「事情説明（長さ A）」である。

あなたが借りたいと思っている『環境学入門』という本が図書館にはなく、面識のない田中先生の研究室にあることがわかりました。レポートを書くためにはどうしてもその本が必要です。田中先生にそのことをメールでお願いしてください。

タスク 1 の中国人学習者 30 名、韓国人学習者 30 名と日本語母語話者 30 名の「オリジナルデータ」と「補助データ」を調査対象とする。

### 5.3.1.2 データの使用方法

「YNU 書き言葉コーパス」のデータは、被調査者の手書きのデータを電子情報としてテキスト化したものである。書式について、改行の位置、レイアウトなども考察するため、「オリジナルデータ」を使用する。一方、メールに特有的な表現についての調査は、データベースでの検索の利便性のため、「もしもパソコンを使用したとすれば書けたであろう」を基本的な判断基準として、誤った漢字と送り仮名が修正された「補助データ」を使用する。

### 5.3.2 追加調査データ

#### 5.3.2.1 追加調査の目的

追加調査の目的は、「YNU 書き言葉コーパス」と合わせて日本語母語話者と学習者のメール文を考察することである。「YNU 書き言葉コーパス」は手書きのデータを電子情報としてテキスト化したデータなので、手書きする時気づかなかったところがあるかもしれない。本研究は書式を考察対象とするが、実際のメールを考察する必要があると考える。そこで、よりリアルな電子メールを収集するため追加調査を行う。また、表現についての調査にも追加データとして使えるように、研究参加者と内容の設定はタスク 1 と同じような設定をする。

#### 5.3.2.2 調査対象

日本に滞在 1 年以上で N2 レベル以上の中国語母語話者 20 名と、大学三年以上の日本語母語話者 20 名を被調査者とする。今回設定した目上の人に電子メールを送るというタスクは、学習者にとって難易度が高いため、学習者の日本語能力を、日本語の文章作成能力があると思われる日本語能力試験 N2 レベルとそれ以上に限定する。さらに、被調査者を日本語でのコミュニケーションツールを使った交流に慣れてきた日本に 1 年以上いる学習者に限定する。日本語母語話者は、フォーマルな文章を書くことに慣れた大学三年以上の日本語母語話者に限定する。ビジネスメールに慣れた人を回避するため、今回の調査はビジネス経験を持たない在校生を対象とする。



追加調査に韓国語母語話者も調査対象とし、YNU コーパスのデータと合わせて考察する予定だったが、協力者がなかなか集まらず、学習者は中国語母語話者と日本語母語話者だけを調査対象とした。各母語話者のデータ数が違うので、各母語話者の考察項目の使用数を考察する際は各母語話者の総データ数で割り、使用率で比較する。

### 5.3.2.3 調査手順

まず、日本に滞在1年以上のN2レベル以上の中国語母語話者と大学三年以上の日本語母語話者の被調査者を募集する。調査する前に、同意書を説明し、メールとアンケートデータを研究で使用する事の許可を取る。次に、被調査者に「YNU 書き言葉コーパス」のタスク1を配る。ダミーの田中先生のメールアドレス tanakatmu@gmail.com を作成し、被調査者にこのメールアドレスにメールを送るよう指示する。ネットや教科書などから参考となるものを探してはいけないと指示する。メールを収集した後、被調査者に意識調査のネットアンケートのリンクを返信し、アンケートに回答するよう依頼する。

学習者アンケートのリンク：<https://www.wjx.cn/jq/17606519.aspx> (添付資料2)

母語話者アンケートのリンク：<https://www.wjx.cn/jq/17606504.aspx> (添付資料3)

### 5.3.2.4 調査期間

調査倫理審査は2017年12月中旬に委員会にて承認された。調査は審議が承認された後から、2017年12月の末まで行った。

### 5.3.2.5 データの使用法と処理方法

「YNU書き言葉コーパス」は処理されたテキストデータなので直接使用することができるが、追加調査はコンピュータを使って収集した電子メールであるため、データの処理が必要である。学習者と母語話者のメールを分析するため、収集した実際の電子メールを電子情報としてテキスト化、画像化し、一つのメールに「テキストデータ(txt)」と「画像データ(jpg)」の二つの電子情報を作成した。表現を抽出しやすい「テキストデータ」は、「YNU書き言葉コーパス」の「補助データ」と合わせて表現の考察で使用し、実際のメール画面から作成した「画像データ」はYNUコーパスの「オリジナルデータ」と対比しながら書式を考察する。

「テキストデータ」は、実際に収集した電子メールの件名と本文をそのままテキストにコピーしたデータである。被調査者のプライバシーを保護するために、被調査者の名前は研究データから取り除き、図4の【CN04】のように被調査者番号に置き換えた。被調査者番号の中のC・Jはそれぞれ中国語母語話者と日本語母語話者を表す。NはYNU書き言葉データの被調査者番号と区別するためにつけた。また、被調査者を特定できないように、所属大学と学科、研究科を〇〇と、電話番号、メールアドレス、住所、個人ホームページなどの個人情報をそれぞれ【電話番号】、【メールアドレス】、【住所】、【ホームページ】に変更した。

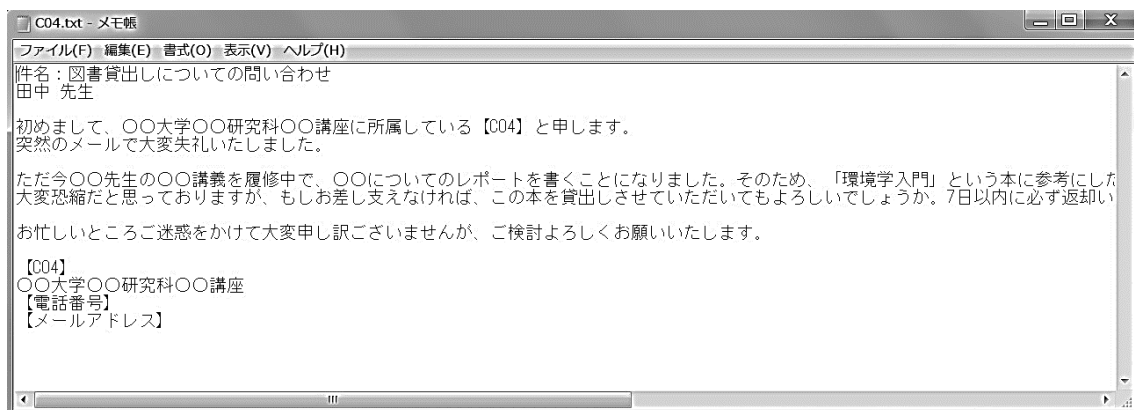


図4 「テキストデータ」の例 CN04

「画像データ」は、ダミーのメールアドレス [tanakatmu@gmail.com](mailto:tanakatmu@gmail.com) に届いた実際のメール画面を使って作成したものである。具体的な処理方法は、まずウェブブラウザ(Safari、パーソナルコンピュータ画面サイズ:12 インチ)を開き、最大化する。ダミーのメールアドレスにログインし、一つ一つのメールを開き、スクリーンショットを取って保存する。保存した画像の中の件名と本文のところをトリミングし、画像編集アプリケーション photoshop で「テキストデータ」と同じように、被調査者の名前や個人情報を取り除いて、PNG ファイルの形式で保存した。図5は「画像データ」の例である。

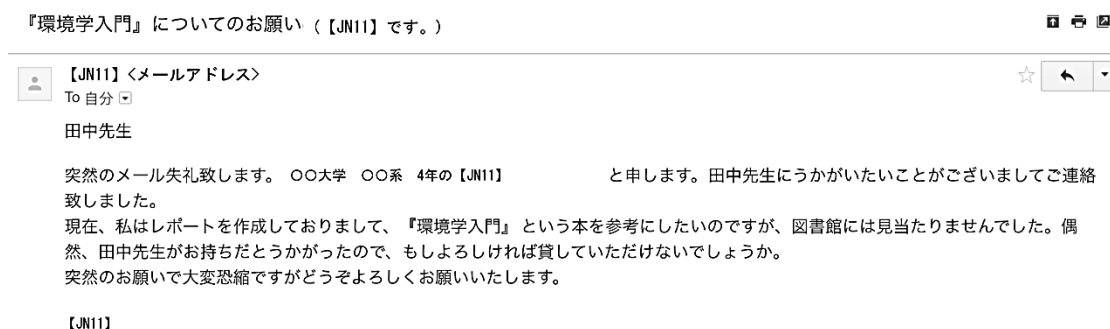


図5 「画像データ」の例 JN11

### 5.3.2.6 追加調査データの独創性

追加調査は「YNU 書き言葉コーパス」データと対比しやすいため、調査で使用するタスクは「YNU 書き言葉コーパス」タスク 1 の内容を使用し、被調査者となる中国語母語話者、日本語母語話者のレベルもほぼ同じ設定にした。しかし、追加調査データは「YNU 書き言葉コーパス」と区別する二つの特徴がある。まず、追加調査は被調査者にコンピュータを使い、実際のメールアドレスにメールを送るよう指示したので、伝達媒体を使用した、よりリアルなメールが収集できる点である。また、実際のメールアドレスに届いたメールの画像データがあり、書式、漢字の使用など形式の分析に使用しやすい点が挙げられる。

## 5.4 分析項目

本研究では電子メールを分析する時、図6のようにメールの構造によって「件名」「宛名」「本文」「署名」に分けて調査を行う。書式について、「件名」「宛名」「署名（氏名・所属・連絡先・日付・罫線）」を分析する。さらに、読みやすさの観点から、「改行（一行の文字数・改行位置）」「レイアウト」についても調査を行う。また、メールの「本文」を、始めの挨拶・お詫び表現・終わりの挨拶に分け、各項目に使用された特徴的な表現を選択し、日本語母語話者と学習者の使用を比較する。各項目の分析理由を5.5に紹介する。

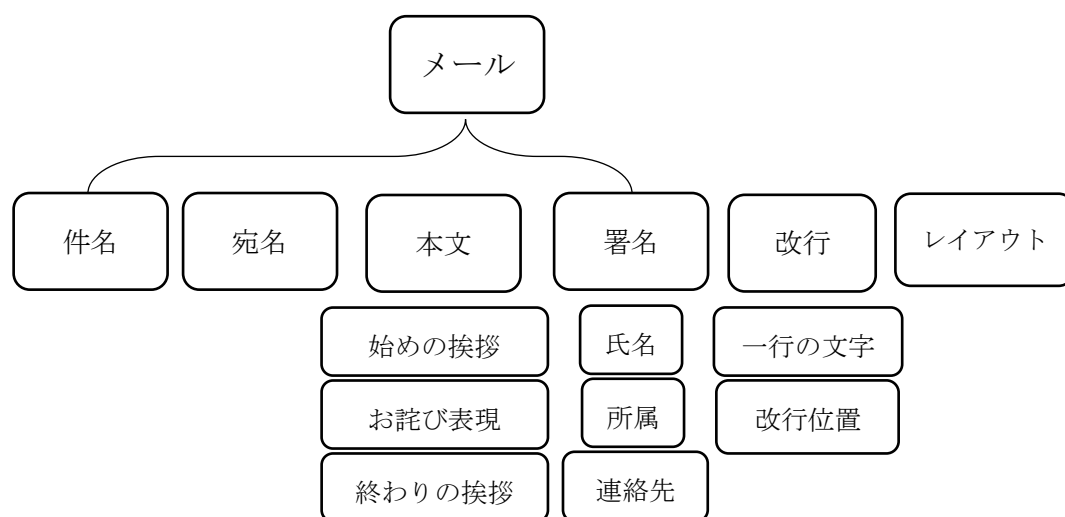


図6 本調査の考察項目

## 5.5 書式についての調査

### 5.5.1 調査項目と調査理由

本研究は書式について、「件名」「宛名」「署名（氏名・所属・連絡先・罫線・日付）」の有無を調べた。さらに、「件名」はその有無だけではなく、具体的な書き方も考察する。また、改行（一行の文字数・改行位置）「レイアウト」についても調査を行う。理由は以下に述べる。

まず、金澤(2014)における評価の対象は本文のみであり、件名と宛名に関しては考慮していない。今回は書式を明らかにすることを目的とするため、件名と宛名の有無を考察した。また、ビジネスマナーの教科書である真田・野原・長谷川(2011)が書式として扱っている所属・氏名・メールアドレス・電話番号など相手に知らせておきたい「署名」の部分には、今回のデータでは所属・氏名・メールアドレス・電話番号(ここでは連絡先とする)も観察されたので、それらの有無も考察した。また、「署名」を罫線で囲んだデータや、日付を書いているデータもあり、罫線と日付の有無も集計した。

さらに、筆者自分の経験から、改行の位置もメールにおいて重要であると実感している。スマートフォンでメールを書く時は、画面のサイズに合わせて自動的に改行されるが、コンピュータで送ったメールを見ると、またコンピュータの画面のサイズに合わせるため、一行が長くなって見づらくなることがある。読み手に読みやすいメールを送るため、改行の位置を工夫することも重要だと考える。また、「レイアウト」について、行頭に1文字スペースを開けずに全行左寄せにするメールが多いが、他のレイアウトのメールも見られたので、「レイアウト」についても調査した。

### 5.5.2 データの初期処理

書式を考察するため、「YNU 書き言葉コーパス」のタスク1のデータを処理する。「YNU 書き言葉コーパス」のタスク1の「オリジナルデータ」テキストファイルを母語別、レベル別に五つのExcelのシートに貼り付ける。具体的には、「YNU 書き言葉コーパス」CD-ROMに収録された「original data」の中の「task\_1 ファイル」を開き、「task\_01\_C\_H」「task\_01\_C\_L」「task\_01\_C\_M」「task\_01\_J」「task\_01\_K\_H」「task\_01\_K\_L」「task\_01\_K\_M」をそれぞれのファイル名 Excel ファイルに貼り付ける。一つ一つのテキストを、一つ一つにワークシートに貼り付け、テキストデータの名でワークシートを命名する。貼り付ける時は被調査者が書いた通りに、できるだけ再現した「オリジナルデータ」のテキストデータをそのままにワークシートのA行に貼り付ける。図7はデータ処理の例で、Excel ファイル task\_01\_C\_H の中の task\_01\_C001 である。

追加調査のデータについての考察は直接画像データを使用する。各考察項目の具体的な考察手順を5.5.3に述べる。

	A	B
1	田中先生、	
2	はじめまして、教育人間科学部の【C001】と	
3	申します。	
4	急なご連絡で失礼いたします。	
5	最近、論文作成のための先行研究を行って	
6	いますが、「環境学入門」	
7	という本を探しており、図書館ホームページにて先生の研究室にのみあることを	
8	知りました。そこで、一読できればと思い、	
9	ご連絡させていただきました。短期間お借り	
10	できれば幸いです、お願いできないでしょうか。	
11	どうぞ、よろしくお願いいたします。	
12		
13	教育人間科学部	
14	【C001】	
15		

図 7 データ処理例 Excel ファイル task\_01\_C\_H task\_01\_C001

### 5.5.3 結果と考察

#### 5.5.3.1 件名・宛名・署名（氏名・所属・連絡先・罫線・日付）の有無

表 19 と表 20 はそれぞれ、「YNU 書き言葉コーパス」オリジナルデータと追加調査の画像データを使い、件名・宛名・署名（氏名・所属・連絡先・罫線・日付）の有無を母語別に集計した結果である。表の中の CY・JY・KY の Y は「YNU 書き言葉コーパス」を、CN・JN の N は追加調査のデータを表す。C・J・K はそれぞれ中国語母語話者、日本語母語話者、韓国語母語話者を表す。また、「YNU 書き言葉コーパス」の中国語母語話者、日本語母語話者、韓国語母語話者はそれぞれ 30 名であるが、追加調査の中国語母語話者、日本語母語話者のデータ数はそれぞれ 20 件なので、二つのデータを対比するため、各項目の考察結果を対象データの総数で割って比率を計算した。例えば「YNU 書き言葉コーパス」タスク 1 の中国語母語話者のデータで、件名のあるデータは 28 件である。その比率は  $28 \div 30$  (中国語母語話者のデータ数) で 93% となる。表の各欄の左に実数を、括弧内に比率を示す。

表 19 YNU の件名・宛名・署名（氏名・所属・連絡先・罫線・日付）

	件名	宛先	氏名	所属	連絡先	日付	罫線
CY	28 (93%)	28 (93%)	26 (87%)	5 (17%)	3 (10%)	6 (20%)	0
JY	29 (97%)	24 (80%)	29 (97%)	17 (57%)	8 (27%)	0	0
KY	27 (90%)	16 (53%)	16 (53%)	4 (13%)	0	1 (3%)	0

表 20 追加調査の件名・宛名・署名（氏名・所属・連絡先・罫線・日付）

	件名	宛名	氏名	所属	連絡先	日付	罫線
CN	20 (100%)	20 (100%)	20 (100%)	15 (75%)	13 (65%)	2 (10%)	2 (10%)
JN	20 (100%)	19 (95%)	20 (100%)	19 (95%)	13 (65%)	0	6 (30%)

まず件名について、「YNU 書き言葉コーパス」のデータでは件名を忘れたメールが母語問わず見られ、母語による違いは見られなかった。また、追加調査のデータでは中国語母語話者も日本語母語話者も全員件名を記入した。

また、宛名と氏名（署名）について、「YNU 書き言葉コーパス」のデータでは韓国語母語話者のデータには半分ぐらい(53%)があるが、中国語母語話者と日本語母語話者と比べてかなり少ない。追加調査では韓国語母語話者のデータはなく、実際に送る時宛名と氏名を書く人が多くなるのか不明であるが、「YNU 書き言葉コーパス」のデータの差が大きいことから、韓国語母語話者は宛名と氏名（署名）を書く意識が低いのではないかと推測する。

次に署名の所属については、「YNU 書き言葉コーパス」のデータには日本語母語話者は半分以上の人が書いてあり、学習者と比べると圧倒的に多く、追加調査でも所属の記入率が高い。連絡先と日付は、「YNU 書き言葉コーパス」データは全体的に使用が少ないが、連絡先は学習者の方はほぼなく、日付は日本語母語話者の方は全くなかった。同時に追加調査の中国語母語話者は日本語母語話者より少ないが、連絡先の記入数は同じで、半分以上ある。また「YNU 書き言葉コーパス」データには見られなかった署名の罫線が見られた。特に日本語母語話者の 30%は罫線で囲んだ署名を書いており、日本語母語話者の署名は学習者より詳細だと思われる。

「件名」、「署名」の有無について、「YNU 書き言葉コーパス」データと追加調査のデータの結果に差が見られた。その理由は実際コンピュータでメールを送る時は手書きでメールを書く時よりメールの書式への意識が高いと考える。

### 5.5.3.2 件名の書き方

野田(2005)では見落とされるメールは件名に「相手に読んでもらう工夫」が足りないと述べている。見落とされる原因は以下の三点が考えられ、(1)内容が漠然としている(2)迷惑メールと間違われやすい(3)具体的な要件が書かないという三点を挙げ、見落とされないようにメールの件名を改善するには、(1)「お尋ね」「お願い」など、要件の種類を書く(2)要件を具体的に書く(3)「返信」の時は件名を確認する(pp. 2-10, pp. 52-58, pp. 132-138, pp. 152-158)としている。5.5.4.1 で見たように、メールの件名の数は母語による違いは見られなかったが、具体的な書き方に区別があるのか、野田(2005)が述べた件名の要素が含むのかを明らかにするため、調査を行った。

調査方法は、「YNU 書き言葉コーパス」補助データと追加調査のテキストデータの中の件名を Excel にまとめる。まとめた件名を、「用件」「所属」「名前」の三つの要素で構成を調

べた。その結果、本研究で使用するデータには表 21 の 7 つの形式が見られた。各構成の例を後ろで挙げた。「その他」に分類された件名は表 21 に全部挙げた。

表 21 件名の形式分類

	例
用件+所属+名前	CN06:参考書の貸出のお願い ○○研究科 【CN06】
用件+名前	JN02:『環境学入門』をお借りしたいです(【JN02】)
用件	K009:「環境学入門」の貸し出しについてのお問い合わせ。
所属+名前	J001:教育人間科学部○年の【J001】です。
名前	K011:【K011】です。
用件+所属	C043:田中先生、ちょっと本をお借りしたいんですが…教育人間科学部の学生です。
その他	C059:はじめまして JN16:初めまして J018:田中先生へ K004:田中先生へ K005:田中先生へ。 K015:田中先生へ K023:田中先生へ K026:田中先生へ

各母語話者のデータを表 21 の件名の形式で分類した後、母語別にまとめた(表 22)。件名の内容についての考察なので、「YNU 書き言葉コーパス」データと追加調査データを合わせて考察するが、各母語話者のデータ数が違うので、比率で比較する。例えば「YNU 書き言葉コーパス」タスク 1 内の中国語母語話者のデータで、「用件+所属+名前」の構成は 1 件あり、追加調査には 7 件あるので、総数は 8 である。比率は  $8 \div 50$  (YNU 書き言葉コーパスと追加調査の中の中国語母語話者のデータ数) で 16%となる。表の各欄の上に総数、後ろの括弧に「YNU 書き言葉コーパス」データ数+追加調査データ数、下の括弧に総数の比率を示す。

表 22 母語別の件名の書き方

	用件+所属+名前	用件+名前	用件	所属+名前	名前	用件+所属	その他	なし
CY+CN	8 (1+7) (16%)	7 (3+4) (14%)	26 (18+8) (52%)	4 (3+1) (8%)	1 (1+0) (2%)	1 (1+0) (2%)	1 (1+0) (2%)	2 (2+0) (4%)
JY+JN	7 (2+5) (14%)	4 (2+2) (8%)	21 (11+10) (42%)	13 (12+1) (26%)	2 (1+1) (4%)	0	2 (1+1) (4%)	1 (1+0) (2%)
KY	4 (13%)	1 (3%)	7 (23%)	4 (13%)	5 (17%)	1 (3%)	5 (17%)	3 (10%)

まず、韓国語母語話者の件名には、「その他」に属するものが多く、表 21 に挙げた件名から見ると、「宛名へ」の形が多い。また、そのデータには「名前」だけの件名の比率が高い。それに対して、中国語母語話者のデータには「用件」だけ書いた件名が多い。日本語母語話者は「所属+名前」が多いが、詳しく見ると、ほぼ「YNU 書き言葉コーパス」データであり、特に J001 から J006 の 6 人の日本語母語話者の件名は同じく「教育人間科学部〇年【J00X】です」である。

野田(2005)は見落とされる件名に具体的な要件が書かないという問題点があると述べたが、各母語話者のデータに、用件を入れた件名の数に差異があるか調査した。表 23 は各母語話者の用件を入れた件名数の結果である。用件を入れた件名は表 22 中の「用件+所属+名前」「用件+名前」「用件」「用件+所属」を含む。理由は不明だが、表 22 で観察した「YNU 書き言葉コーパス」では日本語母語話者の「所属+名前」の比率が高いが、これは日本語母語話者全体のデータに影響すると考え、表 23 では「YNU 書き言葉コーパス」データと追加調査データを分けて集計した。結果から見ると、中国語母語話者の件名に、用件を入れた例が一番多い。「YNU 書き言葉コーパス」データには、日本語母語話者が「用件」を入れた例は半分ぐらいしかないが、追加調査では、その比率が高い。韓国語母語話者は用件を入れた件名数が比較的低い。

表 23 用件を入れた件名数

	YNU	追加調査
C	23 (77%)	19 (95%)
J	15 (50%)	17 (85%)
K	13 (65%)	

「件名」の書き方では、韓国語母語話者に不適切な書き方や、用件を書かない例が多く見られたため、韓国語母語話者への明示的な指導が必要だと思われる。また、「件名」に要件を書かない日本語母語話者の例が「YNU 書き言葉コーパス」データに多く見られたので、日本語母語話者にもメール文の書き方を把握していない人がいると考えられる。



### 5.5.3.3 改行意識・レイアウト

今回使用する「YNU 書き言葉コーパス」は被調査者の手書きのデータをテキスト化したデータなので、手書きする時、電子メールの書式で書くことを意識せず、「YNU 書き言葉コーパス」CD-ROM に収録されたタスクシート(図 8)の大きさと自分の字の大きさに合わせて、無意識的に改行した可能性も考えられる。そこで、一行文字数平均値・最長文字数・最短文字数と改行位置を使って、調査基準を作り、改行意識の有無を推測した。

作文タスク(1) 氏名 \_\_\_\_\_ 時 分 ~ 時 分

【1】 あなたが借りたいと思っている『環境学入門』という本が図書館にはなく、面識のない田中先生の研究室にあることがわかりました。レポートを書くためにはどうしてもその本が必要です。田中先生にそのことをメールでお願いしてください。

Eメール作成

送信 取消 下書き保存 印刷

宛先 tanaka@△△△.ac.jp

Cc

件名

本文

送信 取消 下書き保存 印刷

© 2013 by INCoRPUS All rights reserved.

図 8 タスク 1 の日本語版タスクシート

改行意識の有無の判断の基準は筆者が中国で受けた日本語メールの書き方の塾(北京科技大学 井田正道先生 2013 年 8 月)で勉強した改行の方法と、自分の経験をもとに設定したため、理論的な根拠は不足している。根拠を探すことも今後の課題とする。

まず、塾で勉強した改行の位置についての内容は、「メールの文章が終わっていても適当な位置で改行して、相手に見やすくする」、「内容が変わる場合は一行空けて、読みやすくすると良い」の二点である。ここで図 9 のように句読点で改行することが多く、適当な長さで改行したデータを「改行位置を意識した」と判断する。そして図 11 のように一行文字数平均値・最長文字数・最短文字数がほぼ同じで、改行の位置は語の途中の形が多く、一行の中に読点が入る場合、「改行位置を意識しなかった」と判断する。図 10 のように句読点で改行することも多いが、時に語の途中で改行したり、長い行が入ったりなど、少し違和感があるデータを「改行位置をある程度意識した」と判断する。

	A	B	C	D
1	田中先生	4	宛名	
2		0	空欄	
3	はじめまして。教育人間科学部〇年の【J002】と申します。	29	。	句読点
4	突然のメールで失礼いたします。	15	。	句読点
5	田中先生の研究室にある本のことでご連絡させていただきました。	30	。	句読点
6		0	空欄	
7	レポートを書くために必要な本を検索したところ、	23	、	句読点
8	図書館で見つからず、田中先生の研究室にあると知りました。	28	。	句読点
9	【環境学入門】という本なのですが、	17	、	句読点
10	お貸しいただけませんか？	12	？	句読点
11		0	空欄	
12	お忙しいところ、申し訳ありません。	17	。	句読点
13	よろしくお願いします。	11	。	句読点
14		0	空欄	
15	【J002】	6	氏名	
16	教育人間科学部〇年	9	所属	

図 9 改行位置を意識した例 task\_01\_J002

	A	B	C	D
1	田中先生	4	宛名	
2		0	空欄	
3	私は教育人間科学部【K003】と申します。	21	。	句読点
4	かってなメールをありがとうございます。	20	。	句読点
5	私が先生にメールを送った理由は、先生にかりたい本があるため	29	ため（です）	名詞（助動詞）
6	です。書名は【環境学入門】という本です。	20	。	句読点
7	図書館や他のところでかりようとしたのですが、どこにもなくて、	30	、	句読点
8	先生の研究室しかありませんでした。	17	。	句読点
9	しつれいだと思いますが、もしよろしかったら、先生の本を	27	を（かりたい）	格助詞（動詞）
10	かりたいと思います。	10	。	句読点
11	では、ごへんじをまっておりますので	17	ので	接続助詞
12	どうぞよろしくおねがいいたします。	17	。	句読点
13		0	空欄	
14	【K040】より	8	氏名より	

図 10 改行位置をある程度意識した例 task\_01\_K040

	A	B	C	D
1	田中先生、はじめまして、私、【C042】と申します。教育人間科学部	33	学部（の）	名詞（格助詞）
2	の〇年生です。いきなりですが、今年のレポートを書	25	書（く）	動詞途中
3	くときに、どうしても使いたい本があります。書名は「環境	27	「環境（学）	名詞途中
4	学入門」です。図書館でさがしていましたが、その本	27	本（を）	名詞（格助詞）
5	をみつけることができませんでした。先生の研究室にはそ	26	そ（の）	名詞（格助詞）
6	の本があることが存知しています。もしさしつかえなければ、	27	、	句読点
7	私に貸して頂いてもよろしいでしょうか。本当に必要な本なの	28	なの（で）	接続助詞途中
8	で、貸して頂けると助かります。どうぞ、よろしくお願いし	28	お願いし（ます）	動詞（助動詞）
9	ます。	3	。	句読点

図 11 改行位置を意識しなかった例 task\_01\_C038

また、追加調査のデータでも改行位置から意識の有無を判断した。判断基準は、自動的に改行された行がないデータを「改行位置を意識した」と判断し、自動的に改行された行が一行しかないデータを「改行位置をある程度意識した」と判断する。さらに、データに

自動的に改行された行が2行以上あるデータを「改行位置を意識しなかった」と判断する。図12、図13、図5(5.3.2.5)はそれぞれ「改行位置を意識した」「改行位置をある程度意識した」「改行位置を意識しなかった」と判断された例である。

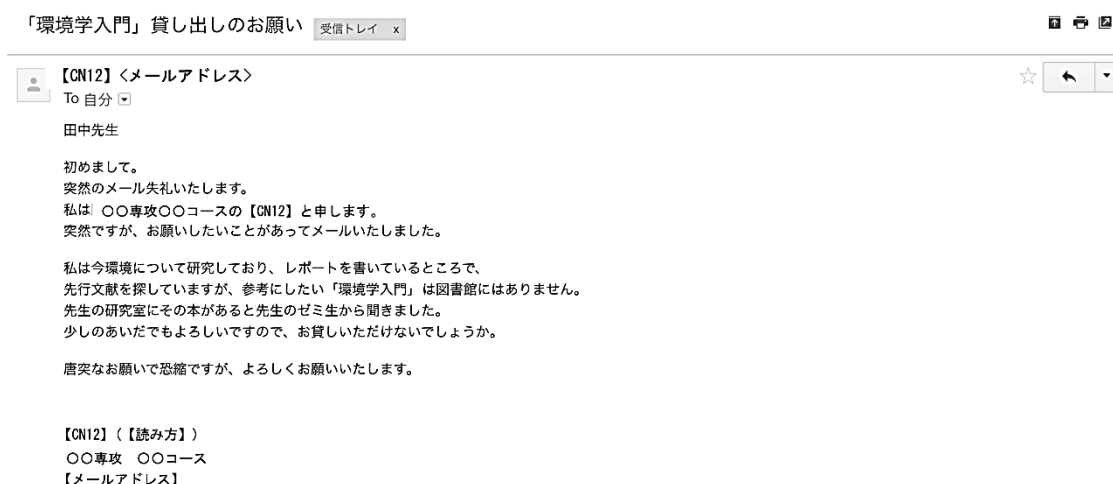


図12 改行位置を意識した例

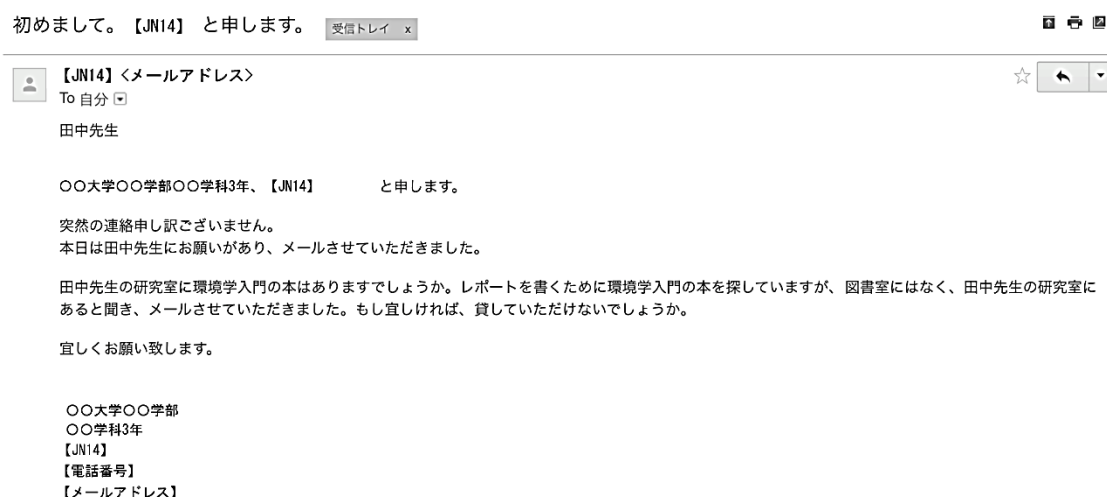


図13 改行位置をある程度意識した例

「YNU 書き言葉コーパス」オリジナルデータと追加調査の画像データの改行意識を全て判断し、表 24 のように母語別にまとめた。○は「改行位置を意識した」、△は「改行位置をある程度意識した」、×は「改行位置を意識しなかった」ことを表す。後ろの括弧は「改行位置を意識しなかった」人の比率である。「YNU 書き言葉コーパス」データから見ると、中国語母語話者に改行位置を意識しなかったと判断されたデータが圧倒的に多かった。それ

に対して、韓国語母語話者と日本語母語話者で、改行位置を意識しなかったと判断されたデータは三分の一ぐらいである。改行位置を意識したと判断したデータは日本語母語話者に一番多く、8件ある。この結果から、中国語母語話者は改行について、韓国語母語話者と日本語母語話者より意識が欠けていることが考える。

また、追加調査の結果から見ると、中国語母語話者は日本語母語話者より改行を意識しなかったと判断されたデータが多い。しかし、中国語母語話者の追加調査データでは、改行を意識しなかった人の比率は「YNU 書き言葉コーパス」データの比率より大きく減少した。日本語母語話者のデータにも、改行を意識しなかった人の比率は少なくなった。

表 24 母語別・調査別の改行意識の有無

	YNU			追加調査		
	○	△	×	○	△	×
C	1	2	27 (90%)	7	7	6 (30%)
J	8	10	12 (40%)	12	4	4 (20%)
K	5	14	10 (33%)			

改行意識と同じ傾向が見られるのは、表 25 にまとめた左寄せにしたメールのレイアウトの母語別、データ別の結果である。井田 (2013) は、メールの文章では段落の最初を空けずに左にそろえると述べたので、左寄せにしたメールの数をまとめた。「YNU 書き言葉コーパス」データに、中国語母語話者のメール文の左寄せ比率は日本語母語話者と韓国語母語話者よりかなり低い。しかし、追加調査では中国語母語話者のメール文の左寄せ率は日本語母語話者に及ばないが、「YNU 書き言葉コーパス」の比率をはるかに超えた。

表 25 母語別・調査別のレイアウト (左寄せ)

	YNU	追加調査
C	11 (36.7%)	16 (80%)
J	25 (83.3%)	19 (95%)
K	27 (90%)	

以上二つの考察で見られた傾向は、データ収集方法と関係があると考ええる。「YNU 書き言葉コーパス」は手書きのメールを電子化したデータで、タスクシートの大きさ、字の大きさなどに影響しやすいし、メールという体裁を意識しながら書くことは難しいと考える。それに対し、追加調査はコンピュータを使い、実際のメールアドレスにメールを送るよう指示して収集したデータである。このことから、手書きよりメールの書式を意識しながら書いたと考えられる。今回の追加調査では学習者の改行意識と左寄せの比率が高いが、日本語母語話者には及ばないことから、書式の教育はまだ足りないと考える。野田 (2009) は、

会話やメールなど双方向的なコミュニケーションは、伝達内容だけでなく、相手への伝達方法が重視されるものであると述べている。電子メールの教育では、「伝達方法」にも重視し、実際の伝達媒体を使って教えるほうがよいのではないかと考えられる。

#### 5.5.4 提案

書式についての考察に観察された日本語学習者と母語話者の相違点、「YNU 書き言葉コーパス」データと追加調査データの差異から、「目上の人へのメール」についての作文教育に、以下の提案を挙げる。

- (ア) 韓国語母語話者に、宛名と氏名（署名）の記入を教える。
- (イ) 学習者に、丁寧度の高いメールを送る時、署名を詳しく記入すると教える。
- (ウ) 日本語母語話者にも学習者（特に韓国語母語話者）にも、メールが見落とされないように件名に具体的な要件を書くことを教える。
- (エ) 中国語母語話者にメール文の改行と左寄せを教える。
- (オ) 電子メールの書き方の際には、コンピュータを使って練習することを提案する。

書式についての調査で、日本語母語話者にも件名を忘れた例や、具体的な要件を書かない件名の例が見られたので、日本語母語話者のメール文を基準にすることにはリスクがあると考えた。したがって、7章で教材調査を行い、本調査の結果を補足する。

### 5.6 表現についての調査

#### 5.6.1 調査項目と調査理由

筆者は予備調査において、メールを作成する時の学習者の苦手意識について調査を行った。その結果、「メールの体裁」以外に、「敬語と終助詞」「読み手に不快感を与えない表現」など、日本語表現に苦手意識を持つ学習者も多く見られた。また、目上の人へ電子メールを送る時の作成時間の回答結果から、多くの学習者が電子メールを作成する際、長い時間がかかることがわかった。その理由は、メールを作成する際、迷っている項目が存在するからだと推測する。また、学習者がメールを作成する時、メールの内容と形式両方ともインターネットや教科書などから参考となるものを探すという回答も見られた。

金庭・金（2017）は文法の習得の場合は、活用や用法の違いを身につけるまでに時間がかかるが、挨拶表現の場合はいつどんな時に使うのか、使ってはいけない表現は何かかわかればよく、時間もそれほど必要としないと述べた。したがって、メールに特有な表現を導入すれば、学習者のメールの作成時間が短くなり、メールへの苦手意識も下がるのではないかと考える。

以上の理由に基づいて、5.6 では目上の人へメールを送る際の特有な表現を取り上げて、日本語母語話者と学習者の使用状況を調査する。ここでは、始めの挨拶、本文、終わりの

挨拶に出た特徴的な使用を対象に分析を行った。具体的には、日本語母語話者と学習者の「こんにちは・おはようございます・お世話・こんばんは」「申し訳ありませんなどのお詫び表現」「返信|返事|連絡|返答」「お願いします」の使用状況を比較した。

### 5.6.2 データの検索方法

テキストファイルを編集するためのソフト「秀丸エディタ」を使い、文字列検索を行った。抽出した文字列を「Excel」にコピーし、処理する。具体的操作方法は以下の通りである。

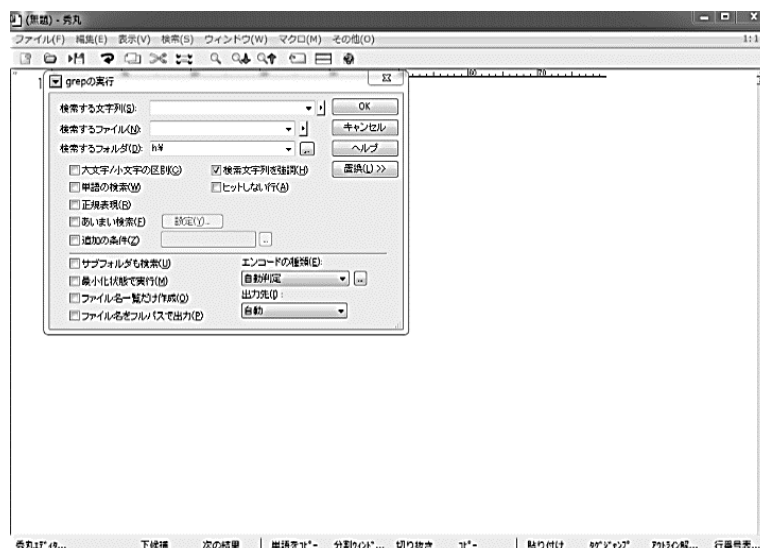


図 14 秀丸エディタ「grep の実行」の画面

「YNU 書き言葉コーパス」データの検索は、まず「YNU 書き言葉コーパス CD-ROM」をコンピュータに入れる。次に、「秀丸エディタ」を立ち上げ、「検索」の中の「grep の実行」をクリックすると、図 14 の「grep の実行」の画面が出てくる。検索したい文字列を「検索する文字列」に入力し、検索するファイルで「\*.txt」を選ぶ。検索するフォルダを「フォルダ参照」から選び、「YNU 書き言葉コーパス CD-ROM」で検索したいタスクや日本語母語話者のフォルダに設定する。文字列を二つ以上検索する場合、正規表現をクリックする。そして「OK」ボタンを押せば文字列検索が行われ、結果は秀丸の画面に現れる。

追加調査のデータについての検索は、「YNU 書き言葉コーパス」の検索と同じような手順だが、検索するフォルダを追加調査のテキストデータのフォルダに変更する。検索結果を Excel にコピーし、まとめと分析をする。各考察の「検索する文字列」は 5.6.4 結果に記述する。

### 5.6.3 結果と考察

#### 5.6.3.1 不適切な始めの挨拶

メールでの始めの挨拶に「こんにちは」「おはようございます」「お世話」「こんばんは」の使用が見られた。それらの始めの挨拶に筆者と日本語母語話者数人が違和感を覚えたため、今回考察を行った。検索する文字列に「こんにちは」・「おはようございます」・「お世話」・「こんばんは」を入力し、grep の実行を行う。各母語話者の「こんにちは」の使用頻度を表 26 にまとめた。件名の書き方についての考察と同じように、日本語表現について考察なので、「YNU 書き言葉コーパス」データと追加調査データを一緒に考察した。各母語話者のデータ数が違うので、比率を計算し比較する。表の各欄の上に総数、後ろの括弧に「YNU 書き言葉コーパス」データ数+追加調査データ数、さらに総数の比率(総数を各グループの総人数で割って計算したもの)を後ろに示す。

表 26 不適切な挨拶

	こんにちは	おはようございます	お世話	こんばんは
CY+CN	9 (8+1) (8%)	0	2 (1+1) (4%)	1 (0+1) (2%)
JY+JN	3 (2+1) (6%)	1 (1+0) (2%)	0	0
KY	20 (67%)	1 (3%)	3 (10%)	0

今回調査対象となった目上の人を相手とするタスクで、日本語母語話者においては、開始部での「こんにちは」の使用は 3 例しか見られなかった。その原因は、日本語では、「こんにちは」は親しい相手にはよく用いるが、面識のない相手やあまり親しくない目上の人には用いず、使用範囲が限られている(金庭・金 2017)からであると考ええる。タスク 1 の面識のない先生へのメールは、先生との初めての連絡で、親疎関係が極めて「疎」の場合、日本語母語話者に「こんにちは」の使用は少ない。

それに対し、金庭・金 (2017) にも述べたように、開始部において日本人大学生より韓国の大学生は「こんにちは」の使用が多かった。ここで「YNU 書き言葉コーパス」の中の学習者の使用数をグループ別<sup>2</sup>に分けてまとめ、表 27 を作成した。金庭・金 (2017) と違い、上位群と中位群、下位群の「こんにちは」の使用に差が見られ、上位群の使用頻度が少ないことがわかる。韓国語のメール文の開始部に「안녕하세요」が頻繁に現れる傾向については李・金(2016)により報告がなされている。中位・下位群が多用するのは、母語の影響で相手を選ばず「안녕하세요」に相当する「こんにちは」を使用しているからであると考えられる。

<sup>2</sup> ここでのグループ別は「YNU 書き言葉コーパス」データの中の上位群・中位群・下位群の三つのグループをいう。「YNU 書き言葉コーパス」の被調査者となる学習者は一般的に上級と称されるレベルである。そして実際の調査で収集した作文の評価結果をもとに、学習者を三つのグループに分け、各グループに各母語の学習者 10 名を選んだ(金澤 2014,p11)。

表 27 「YNU」各母語話者のグループ別「こんにちは」の使用状況

	総数	グループ		件名	本文
C	8	上	1	1	7
		中	3		
		下	4		
K	20	上	3	1	19
		中	9		
		下	8		
J	2	2		0	2

今回抽出した結果から、中国語母語話者の「こんにちは」の使用数は、韓国語母語話者に及ばないものの、日本語母語話者と比べて多いことがわかった。特に「YNU 書き言葉コース」に中位・下位群は上位群より多く観察された。

また、「こんにちは」以外の不適切な始めの挨拶も見られた。そこで、「おはようございます」「こんばんは」と「お世話になっております」に注目したい。メールというコミュニケーションツールの重要な特徴として、発信者と受け手のコミュニケーションに時間差があることがある。相手が朝や夜に読むとは限らず、「おはようございます」「こんばんは」はメール、特に目上の人へのメールでは適当ではないと考える。今回の抽出の結果から見ると、「おはようございます」「こんばんは」の使用は各母語話者にも見られたが、全体の使用頻度は少ない。韓国語母語話者の使用数はやや多いが、3例しかなかった。

始めの挨拶に、「いつもお世話になっております」のような表現も見られた。タスク1「面識のない先生への初めてのメール」では、以前「お世話」になったことがないことが明らかであり、相応しくないと考えられる。また、母語別に見ると、学習者の使用は何件かあったが、日本語母語話者は「お世話」を使う例は見られなかった。金庭・金(2017)は、日本語では、開始部において用いられる「お世話になる」のように、過去から現在までの相手との関係を維持することが重要であるのに対し、韓国語ではそのような傾向はあまり見当たらないと述べた。今回の結果と差がある理由として、金庭・金(2017)のタスク設定は、今回使うタスク1と設定が違うことが考えられる。金庭・金(2017)のタスクは、「寮の管理人への依頼・お詫びメール」のような、長い間お世話になった事務のスタッフへのメールであるため、過去から現在までの相手との関係を維持するため使用されたのだろう。さらに、「いつもお世話になっております」のようなビジネス用語に近い表現は、「先生」「学長」を相手として設定されたタスクにも向かないと考える。



### 5.6.3.2 お詫び表現

各母語話者の具体的なお詫び内容について考察を行なった。検索する文字列にお詫びのマーク「申し訳|申しわけ|すみません|すいません|失礼|迷惑|恐縮|無礼」と入力し、grepを実行する。また、他のお詫び表現を見逃さないように全てのデータをもう一回確認し、「お詫び申し上げます」「ご容赦ください」「お許してください」のようなお詫び表現も見つかった。抽出したお詫び文の具体的なお詫び表現を集計し、表 29 のように分類した(表の各欄の上に総数、後ろの括弧に「YNU 書き言葉コーパス」データ数+追加調査データ数、最後の括弧に総数の比率を示す)。表 28 はお詫び表現の分類例である。

表 28 お詫び表現の分類例

	例文
連絡方法	C003: 突然なメールで申しわけないんですが、先生にお願いがあって、メールさせていただきました。
お忙しいところ	K026: 忙しい中申し訳ございません。
最後の挨拶 失礼	K009: それでは失礼します。
依頼内容	C039: 勝手なお願いで大変申し訳ありませんが、どうぞよろしくお願いいたします。
ご迷惑 お手数	J013: お手数をおかけして、本当に申し訳ありませんが、どうぞよろしくお願いいたします。
連絡手段	JN16: このような形でのご相談となってしまうことを重ねてお詫び申し上げます。
	JN20 直接ご挨拶もせずに、このようなお願いをしてしまい、大変申し訳ございません。
その他	JN08: 申し訳ありませんが、よろしくお願い致します。
	J026: 急で大変申し訳ありませんが、どうぞよろしくお願い致します。
	J015: お忙しいところ、突然のメールで無理を言ってすみません。
ゴミ	K008: もし私がその本をお借りいたしましても迷惑にならないければ一週間だけ貸していただきたいと思います。

分類基準は以下のようなものである。C003 のように、「突然なメール」「急なご連絡」など依頼の方法へのお詫びを「連絡方法」に分類した。K026 のように「お忙しいところ」「多忙なところ」は「お忙しいところ」へのお詫び表現に分類した。K009 のようなメール文最後の挨拶の「失礼します」も見られたが、「最後の挨拶 失礼」に分類した。C039 のように「お願い」に言及するお詫び表現を「依頼内容」にまとめた。J013 のように「ご迷惑」「お手数」を欠けることへの謝りを「ご迷惑 お手数」にまとめた。また、例文 JN16・JN20 のような

メールという連絡手段へお詫び表現を「連絡手段」にまとめた。そして、例文 JN08・J026・J015 は具体的にどんなことをお詫びしたのか明確になっていないため、「その他」に分類した。抽出した文の中で、K008 のようなお詫び表現ではない場合は排除した。

表 29 お詫び表現の内容

	CY+CN	JY+CN	KY
急な連絡	29 (16+13) (58%)	35 (20+15) (70%)	9 (30%)
お忙しいところ	18 (9+9) (36%)	13 (8+5) (28%)	4 (13. 3%)
最後の挨拶 失礼	0	1 (1+0) (2%)	4 (13. 3%)
依頼内容	20 (13+7) (38%)	9 (2+7) (18%)	5 (16. 7%)
ご迷惑 お手数	4 (1+3) (8%)	1 (1+0) (2%)	0
連絡手段	0	2 (0+2) (4%)	0
その他	0	3 (2+1) (6%)	0
計	69 (37+32) (138%)	64 (34+30) (128%)	21 (70%)

まず総数から見ると、韓国語母語話者のお詫び表現が中国語母語話者と日本語母語話者より少ないことがわかった。ここで中国語母語話者と日本語母語話者の使用数の比率は 100%を超えた理由は、この比率は各グループの総使用数を総人数で割って計算したものからである。例えば、中国語母語話者のお詫び表現の使用数 69 で、中国語母語話者総人数 50 で割った比率は 138%である。韓国語母語話者のお詫び表現の使用数の比率は 70%で、お詫び表現を使用しなかった人がいることが考える。一方、中国語母語話者と日本語母語話者は 100%を超え、1 人 1 回以上使ったことが考えられる。次に、中国語母語話者と日本語母語話者の使用数の差が少ないが、お詫び内容に相違点が見られる。中国語母語話者の「依頼内容」のお詫び表現が多く使われているのに対して、日本語母語話者は「急な連絡」へのお詫び表現が多い。また、追加調査の日本語母語話者のデータに、「連絡手段」へのお詫びも見られた。そして、韓国語母語話者の「最後の挨拶 失礼」の使用が比較的多く、定型表現として産出されたからだろうと考える。

頼(2005)は、最初に依頼用件を申し出る際に、日本語母語話者は目上の人に対して、「メールにて失礼します」「突然ですが」など、「依頼の方法」や「突然の依頼」に言及し、「お詫び・謝罪型表現」を使用する傾向があり、それらの表現によって、突然依頼を申し出された被依頼者への配慮を示していると述べた。今回の分類項目において、「急な連絡」「連絡手段」は「連絡方法」(頼(2005)では「依頼の方法」)に関するお詫び、「依頼内容」はそのまま「依頼内容」(頼(2005)では「突然の依頼」)に関するお詫びに分類し、結果を表 30 にまとめた。各欄の後ろの比率は、各グループの総人数で割って計算した比率である。表 30 から見ると、中国語母語話者は「依頼内容」へのお詫びが多いのに対し、日本語母語話者は「連絡方法」へのお詫びが多い。韓国語母語話者は両方とも少ない。この結果は文

化間の違いに影響を受けている可能性があるが、指導上の留意点の一つとして考えられる。

表 30 お詫び内容「連絡方法」「依頼内容」

	連絡方法	依頼内容
CY+CN	29 (16+13) (58%)	20 (13+7) (38%)
JY+CN	37 (20+17) (74%)	9 (2+7) (18%)
KY	9 (30%)	5 (17%)

### 5.6.3.3 終わりの挨拶

#### A. 返信を求める表現

金澤（2014）でも述べられているように、学習者の結果において、前置きもなく返事を要求する読み手配慮に欠ける表現が見られたので、「返事を要求する」表現について考察を行なった。検索する文字列に「返信|返事」を入力し、grep の実行を行う。また、「返答」「連絡」のような表現を使って返信を求める表現もあり、全てのデータを目で見て抽出した。表 31 は母語別の「返信を求める表現」の使用数である（各欄の後ろの比率は、各グループの総人数で割って計算した比率である）。さらに、表 32 は「YNU 書き言葉コーパス」における母語別・グループ別の「返信を求める表現」の使用状況である。

表 31 母語別の「返信を求める表現」

	総数
CY+CN	23 (10+13) (46%)
JY+CN	20 (13+7) (40%)
KY	16 (53%)

表 32 「YNU」における母語別・グループ別の「返信を求める表現」

	グループ	計
CY	上	2
	中	4
	下	4
	計	10
KY	上	4
	中	4
	下	8
	計	16
JY	計	10

まず、全体の使用数から見ると、韓国語母語話者の使用数が多いことがわかった。金庭・金(2016)では、韓国語の場合建前より事実を丁寧に言うことが重要であり、返信がほしければ「お返事をお待ちしています」で締めくくると述べられている。韓国語母語話者のグループ別使用数から見ると、返信を求める表現は、特に下位群に多く見られた。中位、上位群になると、「返信を求める」表現は減少する傾向が見られた。

表 33 返事を求める表現（後接）

	CY+CN	JY+JN	KY
待つ	18 (9+9) (36%)	4 (2+2) (8%)	8 (27%)
お願い	2 (1+1) (4%)	3 (3+0) (6%)	7 (23%)
仮定	3 (0+3) (6%)	12 (8+4) (24%)	0
その他	0	1 (0+1) (2%)	1 (3%)
計	23 (10+13) (46%)	20 (13+7) (40%)	16 (53%)

また、金庭・金(2017)は日本語の「返信を待つ」には「急いでいる」という意味が含まれるので、相手を急かさないように「待つ」という表現を避ける傾向にある一方、韓国語では「返事を待つ」にはそのような意味合いはなく、返事がほしければ定型句として使用している可能性があるとして述べた。では、「返事」「返信」の後ろに「待つ」以外に、どのような表現が出たのか、「返事」「返信」の後接表現を表 33 にまとめた。後続表現「待つ」は「C010: ご返信を待ちしております。」のように、「返信|返事」の後ろに「待つ」と一緒に使う場合である。後続表現「お願い」は「K033: ではお返事お願いいたします。」のような場合である。そして「J005: 返信いただければ幸いです。」のような仮定表現を「仮定」と分類した。その他に、「K010: 明後日までご連絡ください。」と「JN15: メールを読んで頂けたら下記の連絡先に連絡を頂きたいです。」がある。

抽出した結果から、「返信を待つ」表現の使用は、中国語母語話者も日本語母語話者より多いことがわかった。中国語母語話者の使用数が多い原因も、定型句として覚えたからののではないかと推測する。そして、韓国語母語話者には「返信をお願いする」という表現が多く見られた。詳しく見ると、下位群の使用数が多いことから、敬語がまだうまく把握できていないため、「お願いする」を多用したのではないかと推測する。また、日本語母語話者は仮定表現を使って相手配慮を表し、円滑に返信の依頼を始めるのに対して、学習者の場合、仮定表現の使用は中国語母語話者の 3 例しか見られなかった。

次に、前置き表現の使用状況を考察した。金澤（2014）は、日本語母語話者は、依頼の表現の前に「もしよろしければ」などの前置き表現を使用し、相手配慮を表すと述べた。「返事を求める表現」の使用数は母語によって違い、対比しにくいので、「返事を求める」表現

の前置き表現の使用比率(前置き表現使用数÷返事を求める表現使用数)を計算し、表 34 ようにまとめた。

表 34 返事を求める時の前置き表現

	前置き表現	返事を求める表現	前置き表現の使用比率
CY+CN	5 (1+4)	23 (10+13)	22%
JY+JN	10 (5+5)	20 (13+7)	50%
KY	6	16	38%

結果を見ると、日本語母語話者の前置き表現の使用比率が一番高く、50%である。それに対して、中国語母語話者の使用比率が一番低い。韓国語母語話者の返事を求める表現の使用率は高いが、前置き表現の使用比率は日本語母語話者より低い。特に下位群に前置きのない返事を求める表現が多く見られた。日本語母語話者との使用状況の差から学習者へのメールの指導に、返事を求める時、前置き表現と仮定的条件の使用を提示すると、学習者に役立つと考える。

## B. 「よろしくお願いします」という表現

5.6.4.2 で韓国語母語話者の終わりの挨拶に、「失礼しました」のような使用が見られた。それに関連し、終わりの挨拶でよく使われる定型表現「よろしくお願いします」の使用状況についても調査を行った。検索する文字列に「宜しく願い|よろしく願い」を入力し、grep の実行を行う。各母語話者の「よろしくお願いします」の使用頻度を表 35 にまとめた。ここで終わりの挨拶で使用した「よろしくお願いします」を考察するため、メールの末以外のところに出た「K034: 一週間くらいで大丈夫だと思いますので、どうかよろしくお願いいたします。」のような、依頼と一緒に使う「よろしくお願いします」は排除する。ここでも前置き表現を考察するため、表 35 に母語別に「よろしくお願いします」の使用数、前置きの使用数、前置き表現の使用率をまとめた。ここで注意したいのは、使用数と前置き表現の使用数の欄の比率は使用数÷データ総数で、前置き表現使用率は前置き表現使用数÷「よろしくお願いします」使用数である。

表 35 終わりの挨拶の「よろしくお願いします」

	前置き表現	使用数	前置き表現使用率
CY+CN	11 (5+6) (22%)	42 (25+17) (84%)	26%
JY+JN	14 (9+5) (28%)	47 (27+20) (94%)	29%
KY	1 (3%)	14 (47%)	7%

結果を見ると、多くの中国語母語話者と日本語母語話者が終わりの挨拶に「よろしくお願いします」を使用することが推測できる。それに対し、韓国語母語話者の使用数は半分

ぐらいしかない。原因の一つとして、韓国語母語話者は「失礼しました」という定型表現でメールを終わることが考えられる。秦（2016）は、日本人韓国語学習者が書いた先生宛の依頼内容のeメールでは日本語の言語使用における習慣が反映され、「よろしくお願いいたします」の直訳表現である「잘 부탁드립니다 습니다」が多用されることを指摘している。この点から見ると、日本語のメールを書く時、日本の言語使用の習慣にそって、終わりの挨拶で「よろしくお願いいたします」の使用が重要だということを学習者に伝えたら、もっと自然な日本語メールの作成に役立つと思う。

さらに、最後の挨拶の「よろしくお願いいたします」にも日本語母語話者の前置き表現が一番多いことも見られた。また、今回は特に追加調査の日本語母語話者のメール文に、「JN02: お忙しい所恐れ入りますが、ご検討の程よろしくお願いいたします。」のような、「ご検討」を前接するデータが四つ見られた。追加調査の中国語母語話者のメール文にも一件見られた。

#### 5.6.4 提案

今回観察された日本語学習者と母語話者の相違点から、「目上の人へのメール」という場面の「書く」活動を指導する時、明示的に学習者に伝えることで、学習者はより速く目標に到達できるのではないだろうかと考え、以下の点を挙げる。

- (カ)韓国語母語話者には、始めの挨拶で「こんにちは」の使用は不適切だと明示する。
- (キ)「いつもお世話になっております」のような表現は、親疎関係が疎の人や、先生へのメールに相応しくないと明示する。また、「おはようございます」「こんばんは」のような時間の挨拶は不適切であることも明示する。
- (ク)読み手への配慮を示すため、「依頼内容」や「連絡方法」へのお詫びが重要である。中国語母語話者には「連絡方法」へのお詫びの重要性を、韓国語母語話者にはお詫び表現の重要性を明示する。
- (ケ)返事を求める表現を多く使用しないように提示する。使用する場合は、前置き表現と仮定的条件の使用を提示すれば相手に円滑に伝わると明示する。
- (コ)終わりの挨拶で「よろしくお願いいたします」の使用が重要だと明示する。

以上、メールに特有的な表現について、日本語学習者と日本語母語話者の結果を比較し、作文教育において学習者に明示的に伝えることを提案した。書式についての考察と同じように、7章で教材調査を行い、調査の結果を補足する。

## 6. 追加意識調査

### 6.1 調査目的

予備調査で学習者のメールへ苦手意識を明らかにした。では、日本語母語話者はメールへの苦手意識を持つのだろうか、また学習者との違いはあるのだろうか。追加意識調査の目的は学習者の苦手意識をもう一度確認し、日本語母語話者のメールへの苦手意識を探ることである。

### 6.2 調査方法

追加意識調査は追加調査の最後の手続きとして行った。予備調査と同じように、日本に滞在1年以上のN2レベル以上の中国語母語話者20名と、大学三年以上の日本語母語話者20名を被調査者とする。5.3.2.3 追加調査の調査手順に紹介したように、ダミーのメールアドレスで被調査者のメールを確認した後、被調査者に意識調査のネットアンケートのリンクを返信し、アンケートに回答するよう依頼する。

アンケートの内容は予備調査のアンケートをもとに作ったもので、予備調査で出てきた問題点を改善した。まず、母語向けのアンケートでは予備調査の「問題2. 日本に来て何年になりますか」と「問題3. 日本語は何年勉強しましたか」を排除した。また、予備調査の「問題8. 電子メールの書き方はどこで勉強しましたか」は、学習者向けのアンケートでは複数選択問題に、日本語母語話者向けのアンケートでは「自由回答」の回答形式に変更した。同時に、予備調査のアンケートで説明が間違ってしまった問題15を、「(問題14に参考となるものを探さない)以外の選択肢を選んだ人へ」と説明を直した。そして、予備調査の問題13のメール作成時間についての問題は、YNU書き言葉コーパスタスク1を想定し、目上の人へのメール(300字程度)と説明を入れた。追加調査ではYNU書き言葉コーパスタスク1を使用したので、「今回のメールの作成時間はどのぐらいでしたか」と変更した。

### 6.3 調査結果

#### 6.3.1 基本データ

追加調査は、首都大学東京、城西国際大学、早稲田大学、敬愛大学等、計15校の中国語母語話者20名、日本語母語話者20名の協力を得た。被調査者の学年を表36にまとめた。右の列のCは予備調査の学習者を表し、対比しやすいように表に入れた。結果として、追加意識調査の学習者は予備調査と同じく大学院生を中心に行うことになった。一方、日本語母語話者の被調査者は学部生が多く、所属の学部・研究科は人文科学研究科、総合国際学研究科のような文科系の被調査者が多い。学習者に理科系の学生は1名、日本語母語話者には2名含まれる。

表 36 被調査者の学年

	学年	JN	CN	C
学部生	3 年生	9	0	1
	4 年生	6	1	4
	計	15 (75%)	1 (5%)	5 (10%)
大学院生	研究生	0	0	3
	M1	2	10	15
	M2	3	9	24
	D1	0	0	2
	大学院生	0	0	1
	計	5 (25%)	19 (95%)	45 (90%)
回答人数		20	20	50

追加意識調査の学習者は予備調査の被調査者と同じく、日本に滞在 1 年以上の N2 レベル以上の中国語母語話者に限定したので、被調査者の来日年数と日本語学習年数はほぼ同じである。表 37 と表 38 から、来日 2 年以上、日本語学習年数 2 年以上の被調査者が大部分であることが見られる。また、学習者の日本語能力を N2 レベル以上と設定したが、追加意識調査の被調査者は全部 N1 を合格した学習者である。

表 37 被調査者の来日年数

年数	CN	C
2 年以上	18 (90%)	36 (72%)
1 年～2 年	2 (10%)	14 (28%)
1 年未満	0	0
回答人数	20	50

表 38 被調査者の日本語学習年数

年数	CN	C
2 年以上	18 (90%)	44 (88%)
1 年～2 年	2 (10%)	6 (12%)
1 年未満	0	0
回答人数	20	50



### 6.3.2 コミュニケーションツールの使用状況と苦手意識

日本語母語話者と学習者のコミュニケーションツールの使用状況を表 39 のようにまとめた。各データの被調査者の使用状況には同じような傾向が見られ、電子メール、ソーシャルアプリケーションと電話の使用が多いことがわかった。コミュニケーションツールの使用人数は降順、ソーシャルアプリケーション→電子メール→電話→手紙である。被調査者のコミュニケーションツールの使用状況から、日常生活で多くの日本語母語話者と学習者はメールを使用していることが推測された。

表 39 被調査者のコミュニケーションツールの使用状況(複数回答)

コミュニケーションツール	JN	CN	C
手紙	4 (20%)	3 (15%)	8 (16%)
電話	16 (80%)	17 (85%)	36 (72%)
電子メール	17 (85%)	19 (95%)	45 (90%)
ソーシャルアプリケーション(例:LINE)	20 (100%)	20 (100%)	45 (90%)
その他	0	0	0
回答人数	20	20	50

表 40 は、被調査者が思っている各コミュニケーションツールの難易度の総合得点である。母語を問わず、得点が一番高いツールは手紙で、一番低いのはソーシャルアプリケーションである。しかし、二番目に難しいと思われるツールで意見が分かれた。日本語母語話者の電子メールへの総合得点は学習者より高く、日本語母語話者にとって二番目に難しい項目だと見られる。この結果から、日本語母語話者にとっても、電子メールは他のコミュニケーションツールより使用率が高いが、難易度も高いと思っていることが伺える。

表 40 被調査者が考えるコミュニケーションツールの難易度の総合得点

コミュニケーションツール	JN	CN	C
手紙	4.7	4.2	4.1
電子メール	3.9	3.7	3.2
電話	3.4	3.7	3.6
ソーシャルアプリケーション(例:LINE)	2.1	2.0	2.3
その他	0	0	0
最大	5	5	5

### 6.3.3 電子メールの使用状況と苦手意識

表 41 は被調査者の電子メールの使用頻度のまとめである。日本語母語話者に「ほぼ使わない」と選択した人が 4 人(20%)おり、中国語母語話者より高いが、週 3 回以上使用する人が半分占めている。学習者の使用頻度が母語話者より高い原因は、予備調査と追加意識調査の被調査者となる学習者の大学院生の比率が高く、先生とのメールでのやりとりは学部生より多いことに関係すると考えられる。

表 41 被調査者の電子メールの使用頻度

使用頻度	JN	CN	C
ほぼ毎日使う	5 (25%)	5 (25%)	19 (38%)
週 3～5 回使う	5 (25%)	5 (25%)	15 (30%)
週 1 回ぐらい使う	6 (30%)	10 (50%)	15 (30%)
ほぼ使わない	4 (20%)	0	1 (2%)
回答人数	20	20	50

表 42 は、被調査者の電子メールを作成する時の苦手意識の回答結果である。この問題では日本語母語話者と学習者に同じ傾向が見られ、「簡単」だと思っている被調査者は少なく、「やや難しい」または「難しい」と思っている被調査者は多い。特に追加意識調査の学習者の 40%は難しいと感じている。この結果から、母語問わず電子メールの作成に苦手意識を持っていることが考えられる。

表 42 電子メールの作成についての苦手意識

難しさ	JN	CN	C
難しい	5 (25%)	8 (40%)	13 (26%)
やや難しい	13 (65%)	12 (60%)	29 (58%)
簡単	2 (10%)	0	8 (16%)
回答人数	20	20	50

表 43 は、電子メールの作成が難しい、やや難しいと思っている被調査者の各相手による難易度のまとめである。日本語母語話者と学習者は同じく、総合得点が一番高い相手は目上の人である。しかし、日本語母語話者のデータでは目下の人とは同等の人より得点が高いが、学習者のデータに同等の人は目下の人より得点が高い。目下の人と同等の人へのメールの苦手意識に母語による違いが見られたが、日本語母語話者と学習者にとって目上の人へ電子メールを送ることが一番難しいことがわかった。

表 43 電子メールの相手による難易度の総合得点

相手	JN	CN	C
目上の人	3	3	2.9
目下の人	1.5	1	0.8
同等の人	1.17	1.4	1.1
最大	3	3	3

表 44 は被調査者の電子メールの作成時間のまとめである。学習者に「10 分～20」分を選んだ人が一番多いが、日本語母語話者の半分以上の被調査者は「10 分以内」を選んだ。日本語母語話者のほぼ全員が 20 分以内でメールを書いているのに対して、学習者は 70%の人に限られる。ここで 30 分以上かかる学習者が、追加(意識)調査より予備調査で多かった原因は、予備調査の設問「目上の人へのメール(300 字)」というタスク設定に学習者が苦手意識を覚え、長い時間を選んだからかもしれない。メール作成時間の結果から、学習者のメール作成時間は日本語母語話者より長いことがわかった。

表 44 被調査者の電子メールの作成時間

時間	JN	CN	C
10 分以内	12 (60%)	6 (30%)	9 (18%)
10 分～20 分	7 (35%)	8 (40%)	18 (36%)
20 分～30 分	1 (5%)	5 (25%)	13 (26%)
30 分以上	0	1 (5%)	10 (20%)
回答人数	20	20	50

#### 6.3.4 電子メールの書き方についての学習状況

被調査者の電子メールの書き方についての学習状況を表 45 のようにまとめた。半分ぐらいの学習者はメールについて勉強したことがないが、日本語母語話者はさらに多く、65%の人が勉強したことがないと答えた。

表 45 被調査者の電子メールの書き方についての学習状況

状況	JN	CN	C
ある	7 (35%)	11 (55%)	31 (62%)
ない	13 (65%)	9 (45%)	19 (38%)
回答人数	20	20	50

表 46 は、追加意識調査と予備調査で電子メールの書き方について勉強したことがあると答えた学習者に、学習した場所を答えてもらった結果である。追加意識調査の 11 名の学習者は、全部学校の日本語授業でメールの書き方を勉強したことがわかった。ここで二つの調査は同じ傾向が見られ、学習者全体の半分ぐらいの学習者は学校で電子メールの書き方について勉強したことがあることがわかった。

表 46 被調査者が電子メールの書き方を学んだ場所 (CN 複数回答)

場所	CN	C
学校の日本語作文授業	9 (82%)	17 (56%)
学校の基礎日本語授業	5 (45%)	6 (19%)
その他	0	6 (19%)
学校以外の就職や進学の塾	0	2 (6%)
回答人数	11	31

また、追加意識調査の電子メールの書き方について勉強したことがあると答えた日本語母語話者の結果を表 47 にまとめた。学校で勉強した人は 4 人であり、全体の 20% を占める。それ以外自学、サークルと答えた例も見られる。

表 47 母語話者が学んだ場所

被調査者番号	回答
JN01	メール送る時に、定型文をインターネットで勉強しました
JN03	インターネットやビジネス本を独学
JN08	大学
JN12	サークル
JN15	大学でのマナー講習
JN17	大学の講義で
JN20	大学の授業

### 6.3.5 電子メールの各項目についての苦手意識と重要性

被調査者の電子メールの各項目についての苦手意識を表 48 にまとめた。学習者と日本語話者の共通点として、「正確な日本語表現」と「読み手に不快感を与えない表現」が難しいと選んだ人が多く、「詳細な事情説明」を選んだ人が少ないことが見られる。また、「敬語と終助詞の使用」を選んだ日本語母語話者の比率は学習者より低い、半分の人が選んだ。

ここで注目したいのは、日本語母語話者に「メールの体裁と文体」が難しいと選んだ人の比率が学習者よりはるかに高く、61% を占めていることである。この結果から、学習者は「正確な日本語表現」と「読み手に不快感を与えない表現」「詳細な事情説明」のような

日本語表現に苦手意識を持って、「メールの体裁」のような書式については簡単だと思っているのに対して、母語話者はメールの日本語表現と書式両方に苦手意識を持っていることが推測できる。

表 48 電子メールの各評価項目に対する苦手意識(複数回答)

項目	JN	CN	C
詳細な事情説明	9 (50%)	5 (10%)	14 (33%)
正確な日本語表現	15 (83%)	18 (90%)	30 (71%)
読み手に不快感を与えない表現	12 (67%)	18 (90%)	31 (74%)
敬語と終助詞(「ね」のような、主に文末に現れ、話し手から聞き手への伝達に伴う態度を表す助詞)の使用	9 (50%)	15 (75%)	34 (81%)
メールの体裁(手紙、電子メールなどの用途にふさわしい構成)と文体	11 (61%)	3 (15%)	15 (36%)
その他	0	1 (5%)	0
(空)	0	0	1 (2%)
回答人数	18	20	42

表 49 読みやすい電子メールの不可欠な項目

項目	JN	CN	C
メールの体裁(手紙、電子メールなどの用途にふさわしい構成)と文体	4.4	2.2	2.8
読み手に不快感を与えない表現	4.4	4.6	3.8
正確な日本語表現	4.2	4.6	4.3
詳細な事情説明	3.5	4.9	4.4
敬語と終助詞(「ね」のような、主に文末に現れ、話し手から聞き手への伝達に伴う態度を表す助詞)の使用	2.4	3.0	2.9
その他	0	0	0
最大	6	6	6

読みやすいメールに不可欠なものに関する問いについて、各項目の総合得点を表 49 にまとめた。ここでも「メールの体裁と文体」で学習者と母語話者に大きな差が見られた。日本語母語話者の「メールの体裁と文体」の総合得点が一番高いのに対して、学習者の「メールの体裁と文体」への総合得点が一番低い。また、「読み手に不快感を与えない表現」と「正確な日本語表現」の総合得点は母語問わず高いこともわかった。以上の結果から、学習者は日本語表現が読みやすさに関わっている一方、書式を重視していないことに対して、母語話者は両方とも重要だと思っていることが推測できる。

### 6.3.6 参考となるものを探す方法

メールを作成する際、被調査者の参考となるものを探す方法を表 50 のようにまとめた。まず、日本語母語話者において参考となるものを探さない人は 30%を占め、学習者より多いことがわかった。また、母語を問わず参考となるものを探すと答えた人の中に、ネットから参考となるものを探す人が一番多く、その後は「他の人に聞く」と「教材から参考となるものを探す」である。追加意識調査の「それ以外」と選んだ人には、日本語母語話者のデータに「他の人のメール」「ビジネスメールの本」、学習者のデータに「人にもらったメール」という回答が見られた。

表 50 参考となるものを探す方法(複数回答)

参考となるものがある方法	JN	CN	C
ネットから参考となるものを探す	13 (65%)	17 (85%)	45 (90%)
教材から参考となるものを探す	2 (10%)	4 (20%)	13 (26%)
他の人に聞く	4 (20%)	9 (45%)	24 (48%)
それ以外のところから参考となるものを探す	2 (10%)	1 (5%)	0
参考となるものを探さない	6 (30%)	1 (5%)	3 (6%)
回答人数	20	20	50

また、表 51 は被調査者の各項目の参考状況をまとめたものである。ここでも 6.3.5 で観察された差が見られる。「メールの体裁と文体」について参考となるものを探す日本語母語話者は半分以上おり、学習者より多い。また、「敬語と終助詞の使用」「正確な日本語表現」「読み手に不快感を与えない表現」は母語問わず参考となるものを探す人が多い。

表 51 電子メール作成する際の参考項目(複数回答)

項目	JN	CN	C
詳細な事情説明	0	3 (16%)	0
正確な日本語表現	8 (57%)	15 (79%)	23 (49%)
読み手に不快感を与えない表現	5 (36%)	11 (58%)	14 (30%)
敬語と終助詞の使用	5 (36%)	14 (74%)	24 (51%)
メールの体裁と文体	8 (57%)	7 (37%)	12 (26%)
その他	0	0	1 (2.1%)
(空)	3 (21%)	0	14 (30%)
回答人数	14	19	47

### 6.3.7 電子メールの書式

表 52 は、被調査者の書式の調査結果である。日本語母語話者で勉強した書式で書く人の比率が学習者より低い理由は、メールの形式を勉強した日本語母語話者が少ないことに関係すると考えられる。また、日本語母語話者の「特にこだわりのない」と答えた人は半分であることは、日本語母語話者にも電子メールの書式の重要性を意識していない人がかなりいると考えられる。

表 52 被調査者の電子メールの書式

書式種類	JN	CN	C
勉強した書式で書く	4 (20%)	10 (50%)	21 (42%)
自分の決まったスタイルで書く	6 (30%)	5 (25%)	14 (28%)
特にこだわりのない	10 (50%)	5 (25%)	13 (26%)
その他	0	0	2 (4%)
回答人数	20	20	50

## 6.4 考察

追加意識調査と予備調査の比較から、以下のことがわかった。

まず、追加意識調査と予備調査の中国語母語話者の結果がほぼ同じ傾向が見られ、学習者のメールへの苦手意識をもう一度確認できた。

また、日本語母語話者と学習者の結果から、いくつかの特徴的な違いが見られた。まず、電子メールの使用に、母語話者の「ほぼ使わない」と選択した人が 20% 占めることや、65% の母語話者はメールについて勉強したことがないことから、母語話者にもメール文に慣れていない人がいると推測する。また、書式に特にこだわっていないと選んだ人が半分占めることから、メールの書式の重要性を意識していない母語話者もいることが考えられる。「5. 本調査」でも母語話者の不適切な使用が見られたので、より望ましいメールの書き方を究明するため、母語話者のメール以外に教材調査も必要だと確認した。

そして、「難しいと思っているメールの項目」、「読みやすいメールに不可欠な項目」と「参考となるものを探す項目」の回答では、母語話者の「メールの体裁と文体」の総合得点と比率は学習者をはるかに超えた。一方、「読み手に不快感を与えない表現」と「正確な日本語表現」は母語話者と同じ傾向が見られた。この結果から、母語話者は日本語表現と書式両方とも重要だと思っっていると同時に、両方に苦手意識を持っていることが考えられる。

追加意識調査の結果から、母語話者のメールへの苦手意識を確認した。また、メールの学習状況から母語話者へのメール教育も必要ではないかと考える。第 7 章は母語話者のメールの補足として教材調査を行い、より望ましいメールの書き方を究明する。

## 7. 教材調査

### 7.1 目的

「第4章予備調査」と「第6章追加意識調査」において、日本に1年以上いるN2以上の中国語母語話者と日本語母語話者に、メール作成時の学習者の苦手意識について調査を行った。その結果、母語を問わず電子メールに苦手意識を持っている人が多いことが確認できた。また、表53の参考となるものを探す方法のまとめから、電子メールを作成する際、学習者はほぼ全員、日本語母語話者は70%の人が参考となるものを探すことがわかった。そして多くの学習者と母語話者がネットから参考となるものを探すことが推測できる。そこで、ネットにはどんなものがあるか、参考となるものがあるのかが問題になる。また、「教材から参考となるものを探す」を選んだ人もいることから、より望ましいメールを究明するために教材を調査する必要があると考える。そこで、第7章では、メール作成に関するウェブと書籍を「教材」といい、どんな「教材」があるか、それらの「教材」にどんな内容があるのか明らかにした後、特徴や問題点から、作文教育におけるメールの書き方の指導を提案することを本調査の目的とする。また、「第5章本調査」の補足として、「望ましいメールの作成方法」を探ることも目的である。

表 53 参考となるものを探す方法

参考となるものがある方法	JN	CN	C
ネットから参考となるものを探す	13 (65%)	17 (85%)	45 (90%)
教材から参考となるものを探す	2 (10%)	4 (20%)	13 (26%)
他の人に聞く	4 (20%)	9 (45%)	24 (48%)
それ以外のところから参考となるものを探す	2 (10%)	1 (5%)	0
参考となるものを探さない	6 (30%)	1 (5%)	3 (6%)
回答人数	20	20	50

### 7.2 ネット調査

#### 7.2.1 方法

まず、Google で「メールの書き方」をキーワードとし検索を行う。また、学生向けのメールの書き方を紹介するウェブサイトにはどんな内容があるのかを明らかにするため、さらにGoogle で「メールの書き方 学生」<sup>3</sup>を検索し、学生向けのメールの書き方を紹介するウェブサイトを増やし分析を行う。

<sup>3</sup> Google 検索には、スペースを入れた場合は、スペースで区切られた単語同士の AND 検索となる。例えば、二つ以上のキーワードを「A」「B」入力し、中にスペースを入れる場合、キーワード「A」と「B」の両方を含む web ページのみを検索する。



## 7.2.2 結果と考察

### 7.2.2.1 「メールの書き方」に関するウェブサイトの検索結果

ネットにはどんなものがあるかを把握するため、Google で「メールの書き方」をキーワードとし検索を行なった(実施日:2017年9月11日)。検索結果の上位2ページの40件から、関連性の低いものを排除し、上位の21件のウェブサイトをまとめた(添付資料4を参照)。また、検索した21件のウェブサイトを読者とメールの目的によって分類した。社会人向けのウェブサイトには、ビジネス場面におけるメールの書き方を説明するサイトと、転職活動におけるメールの書き方を説明するサイトが見られ、それぞれ「ビジネス場面」「社会人転職」に分類した。また、学生向けのウェブサイトには、先生と先輩へのメールの書き方を説明するサイトと、就職活動におけるメールの書き方を説明するサイトが見られ、それぞれ「学生生活」「学生就職」に分類した。例えば、同じく社会人向けのサイト「①ビジネスメールの書き方；ビジネスメールの定型フォーマット」と「⑭チャンスをのがさないメールの書き方(転職サイトPROSEEK)」は、内容によってそれぞれ「ビジネス場面」「社会人転職」に分類した。学生向けのサイト「③【例文つき】教授へのメールの書き方とは？ 大学生は要チェック！」と「⑯メールの書き方(新卒学生のための就職活動応援サイト JS 日本の企業)」はそれぞれ「学生生活」「学生就職」に分類した。検索したウェブサイトを四つの種類にまとめたものが表54である。

表 54 「メールの書き方」のウェブサイトの分類

対象	メールの目的	数量
社会人向け	ビジネス場面	12
	社会人転職	2
学生向け	学生生活	4
	学生就職	4

分類した結果から、「ビジネス場面」のためのメール、すなわち「ビジネスメール」の書き方を説明するサイトが一番多く、12 サイトあった。この種類のウェブサイトの特徴は、ビジネスに関する塾やビジネス関連書籍の出版社が運営するサイトが多いことである。また、「学生生活」「学生就職」のためのメールの書き方を説明するサイトはそれぞれ4 サイトあった(「学生生活」「学生就職」両方に分類したサイトは一つ)。「学生生活」に分類されたサイトは、学校の先生がまとめたものや、学生が自主的にまとめたものが多いため、ビジネスメールと比較すると、内容は希薄である。「学生就職」に分類されたサイトの多くは就職サイトの中の一項目としてあげられ、「学生生活」より内容が豊富である。以下は、具体例を挙げ、「ビジネス場面」と「学生生活」のためのメール作成サイトを対比した。



図 15 「ビジネス場面」のためのメール作成サイト

図 15 は「ビジネス場面」に分類した「①ビジネスメールの書き方；ビジネスメールの定型フォーマット」(<http://email.chottu.net/index.html>)というウェブサイトのホームページの画像である。このウェブサイトは、「メールを書く前の注意点・書く際の注意点」、「ビジネスメールの例文」、「ビジネスメールにおいてよく使用するフレーズ」に分け、ビジネスメールの書き方を詳しく紹介している。「注意点」にまとめられたメールの書式や、「例文」「フレーズ」にある豊富に挙げられたサンプルのメール表現は、いろいろな目的を持ってこのサイトを読むビジネスメールの学習者にとって参考になると考える。



図 16 「学生生活」のためのメール作成サイト

図 16 は Google で検索した「学生生活」に分類できるウェブサイト「【単位ください】大学生必見！教授に響くメールの書き方」(<https://i-like-it.jp/news/0425/>)の画面である。これは、学生が運営する学生のための情報サイト「きっとみつかるカフェ。」の中の記事で、作者は当時の現役大学生である。このサイトはメールの構造に沿って、コンピュータのメール作成画面を使い、書式と表現を説明している。しかし、読み手の学生との距離を縮めるため説明文章に砕けた表現が多く、無駄な部分が多々見られ、読者は自分でもう一度整理する必要があると考える。また、具体的な内容を見ると、説明が足りないことがわかる。例えば件名については、「教授は忙しいんです。一日に何件もメールを受け取っています。ということは、学生である私達のメールは、大量のメールの中に紛れてしまうこともあったりなかつたり…そんなとき、必須なのが、件名をつけること！」という件名の重要性についての説明と、わずか三つの実例だけである。それに対し、図 17 の「①ビジネスメールの書き方；ビジネスメールの定型フォーマット」の中には、「メール文書での注意点」の一つの項目として、「件名(タイトル：Subject)は簡潔に分かりやすく書く」というサイトがある。このサイトは件名の書き方、返信の「Re」の使用方法、「重要」などのキーワードの入れ方など全面的に説明している。さらに、内容場面の設定について、「【単位ください】大学生必見！教授に響くメールの書き方」ではコンピュータのメール作成画面を用いての説明時に提示した「教授へのレポート提出のメール」の一例しか見られなく、「①ビジネスメールの書き方；ビジネスメールの定型フォーマット」の分類よりはるかに少ない。この例は学生にとって使用頻度が高いと考えられるが、他の学生向けのウェブサイトで見られた「教授への依頼」「報告」など使用頻度が高いと推測できる場面設定が抜けていることが

ら場面のバラエティが足りないと考えられる。



**件名は短く具体的に書く**

件名が長すぎると、受信リストに表示される際に末尾が切れてしまい、尻切れトンボになり、肝心な内容が伝えられなくなる恐れがあります。件名の文字の長さは、おおむね20文字までとします。また、件名は簡単明確にして理解用意できるように心がけるべきです。

もし、件名に困った時は、先に本文を書き、本文を書き終えたところで文章全体を見渡せばおのずとメールの要点が見えてきます。その要点を短くまとめ、件名欄に記述するようにしましょう。

悪い例	良い例	ポイント
打ち合わせの件	4/10(土)午前10時の打ち合わせの件	日付が不明である
山田さんへ	「～のご連絡」等	宛先で分かるので用件を書くべきである
ご報告	納期・価格決定のご報告	内容が不明である
システムアップ作業のため、社内メールは8月1日は使えません。	8/1日は社内メールが使えません	タイトルが長すぎる。用件を端的に伝える必要がある。

**何の「用件」なのかを書く**

「〇〇会議」、「〇〇案件」、「〇〇新製品ご案内」などのように、何についての用件なのかをイメージできるような言葉を入れましょう。

そうすることで受け取った人が行動を起しやすくなります。

**いつの「用件」なのかを書く**

図 17 「ビジネス場面」のためのメール作成サイトの説明ページ

意識調査の結果を見る限り、被調査者となる在学中の中国語母語話者と日本語母語話者のメールの使用頻度は高いことがわかった。それゆえ、被調査者がネットから参考となるものを探す時、学生向けのサイトが必要とされていることが推測される。しかし、ネット調査の結果から、学生向けのメールの書き方を紹介するサイトは、社会人向けのサイトより内容がまとまっておらず、整理されていないことがわかった。前述のように、今回の意識調査では、在学中の学生のメール使用頻度が高かったが、メールの使用は社会に入ってからより多くなるという問題がある。実際調査した結果、「社会人向け」のビジネスメールに関する塾や、教科書とウェブサイトが発達していることからわかる。同時に、学習者はネットで比較的に簡単に「社会人向け」のメールを参考として入手できると考えられる。

以上の考察から、学習者がメールを作成する際、ネットで参考となるものを探す人は多いが、ネットには学生生活場面のメール作成に関する内容は、社会人向けのメールや学生就職活動場面のメール作成に比べると少ないことがわかった。

### 7.2.2.2 学生向けの「メールの書き方」に関するウェブサイトの内容

学生向けのメールの書き方を紹介するウェブサイトに応じた内容があるのかを明らかにするため、データ量を増やし考察を行なった。添付資料 4 中の学生向けのウェブサイト以外に、Google で「メールの書き方 学生」を検索し、上位 6 位のサイトを取り上げ、添付資料 5 にまとめた。また、目的によって「学生生活」と「学生就職」に分類し、表 55 にまとめた。

表 55 学生向けの「メールの書き方」のウェブサイトの分類

対象	メールの目的	数量
学生向け	学生生活	8
	学生就職	6

結果として、「学生就職」、「学生生活」に関するメールの書き方を説明するウェブサイトはそれぞれ 6 サイト、8 サイトある。7.2.2.1 にも見られるように、「学生就職」に分類されたサイトの多くは、「就プラ」のような就職サイトや、「ビジネスメールの教科書」のようなビジネス場面のためのサイトの中の一項目としてあげられ、比較的まとまったものである。学生が就職のためのメールを送る時、学習者は就職サイトや、「ビジネス場面」に特化したサイトから簡単に参考となるものを入手できると考える。

それに対し、「学生生活」は「学生就職」のように「就職」という統一した目標がないため、まずどんな内容があるのかを明確にする必要がある。「学生生活」に分類した 8 サイトの内容を表 57 にまとめ、それぞれのサイトの中で挙げられている例文や場面から、さらに内容を分類した。「相談のお願い」や「質問」は「依頼」に分類し、「連絡事項」は「報告」に分類した。それ以外にお詫びのメールとお礼のメールの例文も見られ、それぞれ「お詫び」と「お礼」に分類した。

「学生生活」のウェブサイトの内容をまとめたところ、全ての内容は先生へのメールの書き方ということがわかった。予備調査と追加意識調査では、母語話者と学習者にとって一番難しい相手は目上の人であることがわかった。今回考察したウェブサイトは、日本語学習者向けのサイトはなく、日本の大学生向けのサイトであるが、使用する例文や内容は全て先生へのメールということから、日本語母語話者にとって目上の人へメールを送ることが難しいことが確認できた。

続いて、表 56 のウェブサイトの内容の分類から、依頼のメールに関する内容はどのサイトにも見られた。依頼のメール以外に、報告やお詫び、お礼のメールも見られた。これらのメールが例として挙げられたことは、学生にとって苦手意識を持っている項目ではないかと考える。特に先生への依頼のメールは学生にとって使用頻度が高く、難易度も高いと推測する。しかし、「学生生活」のメールの作法を紹介するウェブサイトの内容はそこまで詳細ではないことが 7.2.2.1 の考察からわかっている。また、今回検索エンジンで「メ

ールの書き方」を検索すると、上位4ページの40件の検索結果に「学生生活」に関するサイトは4件しかない。設定した例は学生にとって実際の学生生活で使えるものだが、学習者が参考にしたい時探しにくいと考えられる。

表 56 「学生生活」に関するメールの書き方を説明するウェブサイト

番号	タイトル	メール内容	分類
3	【例文つき】教授へのメールの書き方とは？ 大学生は要チェック！	講義内容、レポート課題についての質問、ゼミの連絡事項 例：「実験心理学 11 月 4 日の講義についての質問」	依頼；報告
5	メールを書く時にはここに注意	例：「英語の勉強法について(質問)」「XX学概論」レポート課題」「Re:Re:宿題の質問」	依頼；お礼
10	大学生必見！ 社会人や教員へのメールの書き方「就活対策にも」	例：「『XX演習』宿題について(山田太郎)」「参考文献について教えていただきたい」「ゼミのテーマについて、先生にご相談があります」	依頼
13	大学教授へのメールの書き方と例文。返信する時のマナー	例：お詫び：風邪でゼミを欠席；お礼：課題期日を延長してもらった；依頼：相談する時間が欲しい	お詫び；お礼；依頼
22	抑えておいてほしい。大学教授へのメールの書き方・例文	例：資料の提出や報告など	依頼；報告
24	メールの書き方	例：「研究室集合について」	報告
25	メールの書き方	例：「基礎演習の授業内容についての質問」「〇×入門」の授業プリントについて+アポイントメントのお願い」	依頼
27	【単位ください】大学生必見！教授に響くメールの書き方	例：試験の追試を懇願する；「〇月〇日提出のレポートについて」	依頼

以上の考察から、先生への依頼メールのような目上の人への難易度の高いメールについて、日本語母語話者、学習者ともに苦手意識を持っているが、それに関するサイトは少ないことがわかった。したがって、学習者がメールを作成する時、ネットで参考となる情報を探すことは難しいと考える。

### 7.2.2.3 学生生活のためのメールの書き方に関するウェブサイトの内容

本調査で電子メールの書き方を分析する時、書式と表現の二つの方面から調査を行った。書式は、日本語母語話者と学習者が作成したメールの「件名」「宛名」「署名（氏名・所属・連絡先）」「改行（一行の文字数・改行位置）」と「レイアウト」である。また、メール表現は、「本文」を始める挨拶・お詫び表現・終わりの挨拶に分け、各項目に使用された特徴的な表現を選択し、日本語母語話者と学習者を比較した。ここでは、本調査の考察項目を使い、「学生生活」のためのメールの書き方に関するウェブサイトの内容を考察した。「学生生活」に関するメールの書き方を説明する 7 つのウェブサイトの内容を予備調査の各項目に当ててみると、表 57 になる。「○」はその項目に関する説明がある、「×」はその項目に関する説明がないことを表す。

表 57 「学生生活」に関するメールの書き方を説明するウェブサイトの内容

番号	書式								表現					
	件名	宛名	署名			改行		レイアウト	始めの挨拶			お詫び 表現	終わりの挨拶	
			氏名	所属	連絡先	一行の 文字数	改行 位置		こんにちは	おはよう ございます	お世話		返信 返事	よろしくお願いします
3	○	○	○	○	×	×	×	×	×	×	×	○	○	○
5	○	○	○	○	×	×	×	×	×	×	×	○	×	○
10	○	○	○	○	○	×	×	×	×	×	○	○	○	○
13	○	○	○	○	○	×	×	×	×	×	○	×	○	○
22	○	○	○	○	○	×	×	×	×	×	○	○	○	○
24	○	○	○	○	×	○	×	×	×	×	○	×	×	○
25	○	○	○	○	×	×	○	×	×	×	×	○	×	○
27	○	○	○	○	○	×	×	×	○	×	○	○	×	○

まず、書式について考察を行う。全てのウェブサイト、「件名」「宛名」についての説明がある。そして「署名」については全て言及しているが、その中で連絡先が必要かどうかについては見解に違いがある。本調査では日本語母語話者の署名が学習者より詳細であることが見られたが、メールの内容設定とも関係があることが予想されるため、ここでは全てのウェブサイト「署名」についての言及があったと判断する。また、レイアウトについて説明があるサイトは一つも見られなかった。改行について説明したサイトは二つだけあった。それぞれの説明は以下の通り：

「㊸面倒ではありますが、全角 30 文字くらいで改行していきます」

「㊹文書の改行はこまめにするをお勧めします。」

それに対し、社会人向けと就職活動中の学生向けのメール作成サイトでは、レイアウト

についての説明がなかったが、改行について説明しているのは、20 サイト中 12 サイトあり、半分以上占めた。④と⑤を加え、検索したウェブサイトの中で改行について説明しているサイトの中で述べられている一行の文字数と改行位置を表 58 にまとめた。一行の文字数について、「35 文字程度の長さで改行を入れる」、「一行は長くても 30 文字程度に押さえられるといい」、「一行は全角 30 から 35 文字程度に収めることをお勧めします」など、それぞれのサイトの数値はバラバラだが、読み手がメールを確認する際、PC での確認が主流となるため、メール環境を考慮し、一行は 35 文字以内で折り返すことを勧めている。そして改行位置について説明したサイトは 5 サイトある。単に文字数だけではなく、読みやすさを求め、意味が変わるところ、読点（、）ごと、言葉の区切りで改行することも、ビジネスメールの作成サイトでは述べられている。

表 58 検索したウェブサイトの改行についての説明

番号	一行の文字数	改行位置
1	35	読みやすい位置で意図的に改行する
2	35	
4	一般的には 30～35 推奨横幅は 20～25 文字	意味が変わるところ 読点（、）ごとで改行
6	30	
7	30	文字量や意味の区切りで
8	最大値 36	
9	25～35	
14	35	「リズム改行」：読む時の文章のリズム 呼吸で改行を加える
17	30	
18	35	
19	30～35	
21	30～35	言葉の区切りで
24	30	
25		改行はこまめにする

目上の人へのメールは相手への敬意が欠かせなく、いろいろな読み手配慮をしなければならない。ビジネスメールと就職活動場面でのメールのような会社の目上の人へのメールだけではなく、学生生活によく使用される目上の人へのメールにも、電子メールの使用環境と読みやすさを考慮した配慮が必要だと考える。したがって、学生生活のための「メールの書き方」に関するウェブサイトの説明では、メールの書式に関する内容についての説明が足りないことがわかる。



また、メールに特有的な表現について、本調査では「本文」を始める挨拶・お詫び表現・終わりの挨拶に分け、各項目に特徴的な使用を考察した。まず、「始めの挨拶」においては、韓国語母語話者に「こんにちは」の使用が多く見られ、「おはようございます」の使用は各母語話者にも見られた。日本語において「こんにちは」は親しい相手にはよく用いるが、面識のない相手やあまり親しくない目上の人には用いず、使用範囲が限られている(金庭・金(2017))から目上の人へのメールでは相応しくないと考える。また、メールでのコミュニケーションでは発信者と受信者の時間差があるため、「おはようございます」の使用はメール、特に目上の人へのメールでは適当ではないと考える。表 57 で調査したサイトに日本語学習者向けのサイトがないため、表現の説明に、「こんにちは」「おはようございます」といった形式に関する誤用の提示がなかった。しかし、実際の使用から見ると、学習者の母語別の特徴的な誤用や、日本語母語話者による誤用があるため、「誤用の提示」も必要と考える。

また、「お世話になっております」の使用は、「面識のない先生への初めてのメール」というタスクの設定のため、全体的に使用数が少なく、特に日本語母語話者は学習者より使用頻度が少なかった。なお、「お世話になっております」はビジネス用語で学生生活のためのメールでは使えないという説もある。

次に「返信を求める表現」は、本調査では韓国語母語話者の使用が日本語母語話者の使用より多いことがわかった。表 59 にまとめたように、「お世話になっております」と「返信を求める表現」を説明したサイトは半分ぐらいある。しかし、実際のタスクの設定によって、それらの表現が使えるかどうかは異なるので、読者は自分で判断しなければならないが、これは日本語学習者にとって難しいと考える。また、お詫び表現についての記載があるサイトは、今回調査したサイトに 6 つあるが、その中の多くは、例の中にお詫び表現を入れる際に説明するパターンや、例文として示しているのみというパターンである。本調査で、母語によってお詫びの内容が違っていたことがわかったが、いつお詫び表現を入れれば良いのか特記したものは表 56 のサイトに見られなかった。以上の問題を解決するために、学生生活に関するメールの作成サイトにはビジネスメールの作成サイトのような細かいフレーズ分類や内容設定を加える必要があると考える。

以上の考察から、学生生活のための「メールの書き方」に関するウェブサイトの説明に、改行のようなメール書式についての説明が足りないことがわかった。そして、メール表現の説明に、誤用の提示と、細かいフレーズ分類や内容設定が必要と考える。

### 7.2.3 提案

ネット調査ではネットを使い、メール作成に関するウェブサイトについて考察を行った。結果として、ネットには社会人向けのビジネスメールと学生就職活動場面のメール作成に関する内容が、学生生活に関するメールの作成サイトより多いことがわかった。また、日本語母語話者の大学生と日本語学習者にとっても、先生への依頼メールのような学生生活で見られる難易度の高いメールについて、ネットでは内容が少なく、ビジネスメールのような詳細な内容は見られないため、参考となるものが探しにくいと考える。そして、学生生活のための「メールの書き方」に関するウェブサイトの不足点として、改行等メール書式に関する説明及び、誤用の提示や細かいフレーズ分類、内容設定が足りないことが考察できた。調査したネットの現状から、学生生活のための「メールの書き方」に関するウェブサイトを充実する必要があることが考えられる。そこで、学生生活のための「メールの書き方」の教材、あるいはウェブサイトを作りたいと考える。

## 7.3 書籍調査

### 7.3.1 方法

首都大学東京図書館のデータベースを使い、「メール」を検索し、メールの書き方を紹介する書籍を探す。さらに、先生、友人の協力を仰ぎ、書籍を増やし分析を行う。

### 7.3.2 結果と考察

#### 7.3.2.1 収集した「メールの書き方」に関する書籍の概要

「メールの書き方」を紹介する書籍は、日本語母語話者向けのものと学習者向けのものそれぞれ4冊、計8冊を収集した(添付資料6を参照)。書籍の収集は、首都大学東京図書館のデータベースを使い、「メール」で検索したが、上位10ページ200件の検索結果で関連性の高いものは4・5・6番の書籍しか見つからなかった(実施日:2017年10月23日)。また、アマゾン<sup>4</sup>でも「メール」で検索したが、上位50件の検索結果で関連性の高いものは15件あり、全て日本語母語話者向けの書籍で、ビジネス場面のためのものが多かった(実施日:2017年12月25日)。残念ながら入手できず、書籍調査では収集した8冊の書籍を調査対象とした。

収集した8冊の書籍をメールの目的によって分類した。まず日本語母語話者向けの書籍には、ビジネスメールの書き方を説明するものと、日常生活で使用するメールの書き方を説明する書籍が見られる。それぞれ「ビジネス場面」「日常生活」に分類した。また、学生向けの書籍には、ビジネスメールと、先生へのメールのような学生生活で使用するメールの書き方を説明する書籍が見られる。それぞれ「ビジネス場面」「学生生活」に分類した。今回検索した書籍をこの四つの種類に分類したものが表59である(母語話者向けの書籍に

---

<sup>4</sup>URL:[https://www.amazon.co.jp/s/ref=nb\\_sb\\_noss\\_2?\\_\\_mk\\_ja\\_JP=%E3%82%AB%E3%82%BF%E3%82%AB%E3%83%8A&url=search-alias%3Daps&field-keywords=%E3%83%A1%E3%83%BC%E3%83%AB](https://www.amazon.co.jp/s/ref=nb_sb_noss_2?__mk_ja_JP=%E3%82%AB%E3%82%BF%E3%82%AB%E3%83%8A&url=search-alias%3Daps&field-keywords=%E3%83%A1%E3%83%BC%E3%83%AB)

「ビジネス場面」向けのメールと「日常生活」向けのメール両方説明した本は一冊あった)。

表 59 メール作成書籍の分類

対象	メールの目的	冊
日本語母語話者向け	ビジネス場面	4
	日常生活	1
日本語学習者向け	ビジネス場面	3
	学生生活	1

分類した結果から見ると、「ビジネスメール」の書き方を説明する書籍が、「日常生活」や「学生生活」のためのメール作成より多いことがわかった。書籍の収集方法とも関係があると考えが、今回首都大学東京図書館のデータベースで検索した結果から見ると、学習者向けのメール作成に関する書籍は少ないことが見られる。学習者向けの「ビジネスメール」の作成書籍の特徴としては、「ビジネス日本語」「敬語」を中心に説明した教科書の中の一項目として、10 ページ以内で紹介したものが多いことである。それに対し、日本語母語話者向けの「ビジネスメール」に関する書籍は、「ビジネスメール」を中心として書かれたものが多く、20 ページ以上説明がある書籍が多い。添付資料 6 でまとめた例文からもわかるように、内容は学生向けの書籍より豊富である。そして学習者向けの学生生活のためのメール作成書籍は、筆者が中国の大学で日本語を勉強した時使用した、北京科技大学井田正道氏が製作したもの<sup>5</sup>しかなかった(7.3.2.2 で詳しく紹介する)。一方、今回調査した日本語母語話者向けの日常生活で使用するメールの作成書籍は、「ビジネス場面」を中心に書かれたもので、「日常生活」のメール例や説明もあるが、内容はそこまで詳細ではない。以上の考察から、「ビジネスメール」の書き方を紹介する書籍は「日常生活」「学生生活」向けの書籍より多いことがわかった。

### 7.3.2.2 『留学生用日本語作文テキスト』

学生生活に関する書籍をネット調査と同じように、書式と表現の二つの方面から考察する予定だったが、今回収集した学生生活の書籍は日本語学習者向けの『留学生用日本語作文テキスト』の一冊しかなかったため、まずその書式と表現を調査し、特徴や問題点を明らかにする。その後、『留学生用日本語作文テキスト』をもとに、足りない部分は本調査の結果と他の書籍やネットを合わせて補足し、先生へのメールの「望ましい書き方」をまとめる。

『留学生用日本語作文テキスト』の特徴や問題点を明らかにするため、ネット調査と同じように、書式と表現の二つの方面から考察を行なった。まず、全体的に見ると、『留学生用日本語作文テキスト』の中で、メールに関する内容は A4 サイズの紙 10 ページあり、比

<sup>5</sup>『留学生用日本語作文テキスト』発行してはいない。

較的に多い。また、添付資料 6 にまとめた例文から見ると、10 個の例文は全部学生生活で  
 見えそうな内容で、例文の設定は十分だと考える。

表 60 『留学生用日本語作文テキスト』の書式に関する考察

	書式							
	件名	宛名	署名			改行		レイアウト
			氏名	所属	連絡先	一行文字数	改行位置	
7	○	○	○	○	○	×	メールの文章は文章が終わっ ていなくても適当な箇所で改 行して、相手に見やすくする	○

表 61 『留学生用日本語作文テキスト』の表現に関する考察

	表現					
	始めの挨拶			お詫び表現	終わりの挨拶	
	こんにちは	おはようございます	お世話		返信 返事	よろしくお 願います
	7	×	×	○	×	○

そして本調査の調査項目を使い、具体的な説明を考察した。表 60 に見られるように、件  
 名・宛名・署名・レイアウトには説明文や例文があり、学習者にとって身につけることは  
 簡単だと考えるが、改行については、「メールの文章は文章が終わっていても適当な箇  
 所で改行して、相手に見やすくする」の一行の説明しかない。さらに、表 61 のメールに特  
 有的な表現については、「メール文でよく使う表現」というコーナーで、「自分が誰かを伝  
 える」「最初の挨拶文」「文章中によく使う表現」「終わりの挨拶」に分け、いろいろな表現  
 を挙げているが、使い方の詳しい説明はない。また、誤用の提示やお詫び表現についての  
 説明も見なかった。以上の考察から、『留学生用日本語作文テキスト』には、改行、メール  
 表現の詳しい説明、誤用の提示とお詫び表現についての説明は足りないことがわかった。

#### 7.4 望ましいメールの書き方と指導方法の提案

教材調査で、本調査の考察項目を使い、ネットと書籍においてメールに関する内容とそ  
 の不足点を明らかにした。ここでは、教材調査の結果と本調査の結果を合わせ、先生への  
 メールにより望ましい書き方の指導案を考案した。内容は以下の通りである。最後の「よ  
 く使用するメール表現」と「例文」はさらなる検討が必要だと考慮し、今後の課題とする。

## 学生向けの「メールの書き方」

日常生活でよく使われているコミュニケーションツールである電子メールに苦手意識を持つ人は、日本語学習者だけではなく、日本語母語話者にも多い。丁寧なメールは今、多くの場面で必要とされ、メールの受信者にいい印象を与える重要な交流手段である。メールは社会人になってから必要となると考えている人もいる。筆者は在学の日本語母語話者20名と学習者70名を対象としたメールの使用頻度と苦手意識の調査を行った。その結果から、半分の人は週3回以上、大部分の人は週1回以上メールを使用しているが、母語を問わず多くの人がメールへの苦手意識を持っていることがわかった。先にメールの書き方を身につければ、メール作成への苦手意識を下がり、今後の学生生活にも、社会人になってからのビジネス場面にも役に立つと考える。

### I. 知っておきたいこと

メールの内容は目的によって異なるが、丁寧なメールの書き方を身につけることは難しい。ここではメールの書式とメールに特有な表現をキーワードとし、メール構造に沿って書き方を紹介する。また、メールを練習する時はコンピュータを使い、実際の伝達媒体の使用方法や作成環境を体験しながら練習しよう。

### II. メール構造

本稿はメールの構造を件名・宛名・本文・署名に分ける。図18は実際にGmailで収集したメールの例を、この四つの構造に分け説明を入れ作ったものである。一番上の行は件名で、メールを送った際に最初に目にするものである。メール文の最初に書いた受信者の名前は宛名という。そしてメールの内容を説明する本文に入る。最後は自分の情報を相手に伝えるための署名である。

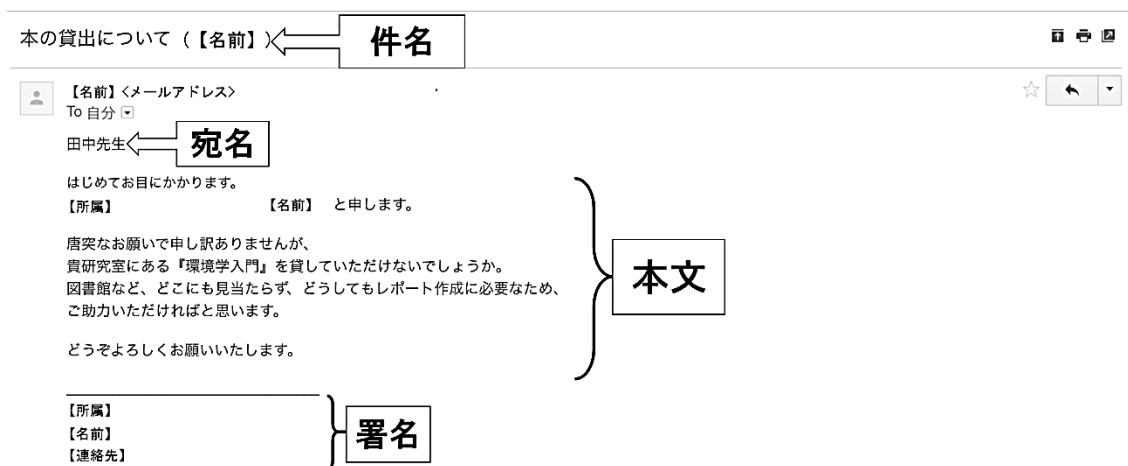


図18 メール例

### III. 各項目の書き方

#### (1) 件名

必ず記入する。メールを見落とされないように、件名だけでメールの内容がわかるようにし、要件を簡潔に書く。また、要件の後ろに名前を入れておく相手にとって分かりやすい。

良い例：「『環境学入門』をお借りしたいです(【名前】)」

「『環境学入門』貸し出しのお願い、〇〇大〇〇M2、【名前】」

悪い例：「【名前】です」

「こんにちは。」

#### (2) 宛名

必ず記入する。名前(～様、先生)を正式名称で書く。また、後ろに「へ」「:」などはいらない。

#### (3) 本文

##### i. 改行位置

メールを見やすいため、文章が終わっていなくても適当な箇所で改行する。メールの環境を考慮し、画面一行は 35 文字以内で折り返すことを勧める。改行位置については、単に文字数だけではなく、読みやすさを求め、意味が変わるところ、読点(、)ごと、語の区切りで改行する。

##### ii. レイアウト

メール文章では、段落の最初を空けずに左にそろえる。

良い例: 図 18

悪い例:

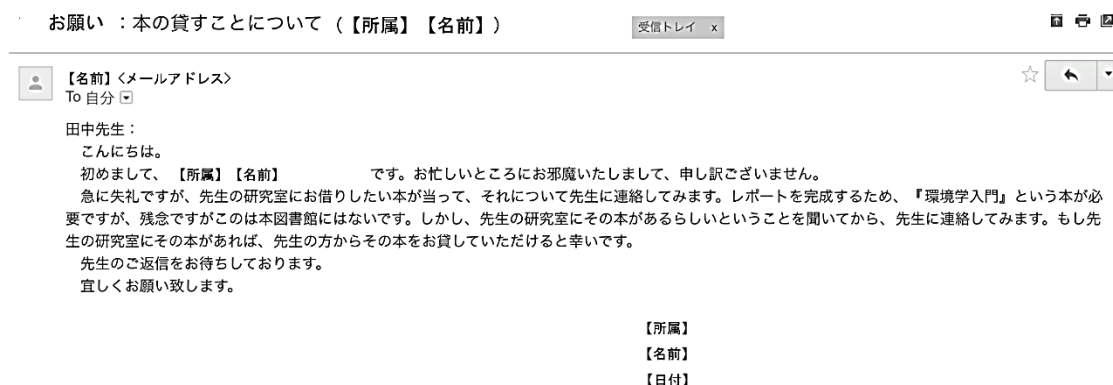


図 19 メール改行とレイアウトに意識していない例

### iii. 始めの挨拶

「こんにちは」、「おはようございます・こんばんは」など時間の挨拶は不適切である。また、「お世話になっております」のような表現は親疎関係が疎の人や、先生へのメールに相応しくない。

良い例:「突然のご連絡失礼致します」「初めてメールを送らせていただきます」

### iv. お詫び表現

読み手への配慮を示すため、他人に依頼すること(「依頼内容」)へのお詫びと急な連絡、連絡手段(「連絡方法」)へのお詫びが重要である。特に連絡方法へのお詫びは日本語母語話者に多く見られたので、特に注意する必要がある。

良い例:

突然依頼:「勝手なお願いで大変申し訳ありませんが、どうぞよろしくお願いいたします。」

連絡方法:「直接ご挨拶もせずに、このような形でご相談となってしまうことを重ねてお詫び申し上げます。」

### v. 終わりの挨拶:

#### ● 「返信を求める表現」

返信を求める表現の使用は相手に不快感を与える可能性があるので、あまり使用しない方がいい。使用する場合、「返事を待つ」より、前置き表現と仮定的条件の使用を提示すれば相手に円滑に伝わる。

良い例:「もし可能でしたら、ご都合のよろしいお時間など、ご返信頂ければ幸いです。」

悪い例:「返信してください」

#### ● 「よろしくお願いします」

メールを締めるために使用する重要な表現。

### (4) 署名

必ず記入する。署名の所属、連絡先などの詳しい情報はメールの内容によって必須かどうか違っているが、特に親疎関係が疎の目上の人へのメールには、署名を詳細に記入する必要がある。また、事前に署名を編集し、罫線で囲んだ一つの塊として使用するのも便利である。

## IV. よく使用するメール表現

## V. 例文

## 8. まとめ及び今後の課題

以上、日本語学習者と母語話者のメールを対比し、意識調査、教材調査と合わせて、学習者へのメール作成の指導案を提案した。具体的には、まず、予備調査で学習者のメールへの苦手意識が確認できた。また、本調査では先生宛ての依頼メールのデータである「YNU 書き言葉コーパス」データと追加調査データを使い、フォーマルなメールを書く際、日本語母語話者と学習者における目上の人へのメールの書式と表現の相違点と共通点を明らかにした。書式は「件名」「宛名」「署名(氏名・所属・連絡先・日付・罫線)」「改行(一行の文字数・改行位置)」「レイアウト」を、表現は「不適切な始めの挨拶(こんにちは・おはようございます・こんばんは・お世話)」「お詫び表現」「終わりの挨拶(返信を求める表現・よろしくお願ひしますという表現)」を調査した。次に、追加意識調査では日本語母語話者のメールへの苦手意識も確認でき、特に書式への苦手意識が学習者より高いという結果が見られた。さらに被調査者が参考にすることが多い「ネット」から、メールの書き方を紹介するウェブサイト进行调查し、ネットには学生生活向けの内容が足りないことがわかった。最後に、書籍調査をし、ネット調査と合わせて本調査を補足し、メールの書き方の指導案を提案した。

本稿では、本調査で中国語母語話者と日本語母語話者を対象に追加調査を行い、実際のメールを収集したが、韓国語母語話者のデータも追加調査で増やして調査したいと考えるが、残念ながら本調査では調査できなかった。次に、教材調査は日本国内のネットと書籍を中心に調査したが、外国の教材も調査して、JFL 環境のメール教育についても探求していきたい。そして、本研究で提案したメールの書き方の指導案を充実することや、実現可能性と効果の検証も今後の課題としたい。



## 9. 参考文献

- 浅川哲也・竹部歩美著(2014)『歴史的变化から理解する現代日本語文法』おうふう
- 石黒圭(2009)『よくわかる文章表現の技術 I 表現・表記編』明治書院, pp. 217-254
- イ, ソン(2015)「文章におけるスピーチレベルシフトの使用実態の分析」『一橋日本語教育研究』03号(2015), pp. 103-108
- 井田正道(2013)『留学生用日本語作文テキスト』北京科技大学日本語学科, pp. 11-20
- 上田純美礼(1997)「電子メールの文章作法 (〈特集〉電子メール)」『情報の科学と技術』47巻6号, pp. 309-313
- 王玉明・聞芸(2015)「電子メールによる依頼行動に関する日中対照研究-ディスコース・ポライトネス理論の観点から-」『東アジアへの視点』12月号, pp. 53-59, アジア成長研究所
- 太田陽子(2015)「依頼メール作成タスクに見る大学生のポライトネス意識」『相模国文』42巻, pp. 125-136
- 大友沙樹(2009)「電子メールにおける依頼のストラテジー -日中対照の観点から-」『国際文化研究』15巻, pp. 61-72
- 奥村真希・安河内貴子(2007)『仕事で使う! 日本語ビジネス文書マニュアル』株式会社アスク, pp. 81-88
- 金澤裕之編(2014)『日本語教育のためのタスク別書き言葉コーパス』ひつじ書房, pp. 55-70
- 金子広幸(2014)『初級が終わったら始めよう にほんご敬語トレーニング』株式会社アスク, pp. 154-159
- 金庭久美子(2015)「作文教育における媒体に応じた体裁の指導の必要性」『日本語教育方法研究会誌』Vol. 22, No. 1, pp. 92-93
- 金庭久美子・金玄珠(2016)「韓国における日本語学習者のメール文の特徴—メール文の開始部と終了部の表現に注目して—」『日本語学研究』50, pp. 1-19, 韓国日本語學會
- 金庭久美子・金玄珠(2017)「メール文における挨拶表現—韓国における日本語学習者のメール文調査から—」『横浜国大言語研究』35, pp. 138-150, 横浜国立大学国語・日本語教育学会
- 神谷洋平(2013)『社会人として知っておきたい文書&メール基本の「き」』土屋書店, pp. 16-35
- カムトーンティップ, タワット(2015)「日本語での約束をキャンセルするメールの談話構造」『日本語・日本文化研究』25巻, pp. 54-65
- 金蘭美・金庭久美子(2016)「書き言葉における日本語学習者の文体の使用状況-『YNU 書き言葉コーパス』を用いて-」『ときわの杜論叢』第3号, pp. 47-65
- 皇麗梅・川本信幹(1997)「日本語・中国語における挨拶語の比較研究—中国における日本語教育の視点から—」『日本体育大学紀要』26(2), pp. 247-259, 日本体育大学
- 小林千草編著(2005)『文章・文体から入る日本語学—やさしく、深く、体験する試み—』武蔵野書院, pp. 17-48

- 真田治子・野原佳代子・長谷川守寿編著(2011)『大学生のための社会人入門トレーニング コミュニケーション編 テキスト』三省堂
- 嶋田みのり(2013)「日本語の「誘い」場面における E メールの談話構造と表現形—母語話者と中国人学習者の分析を通じて—」『創価大学大学院紀要』35, pp. 217-242, 創価大学大学院
- 秦秀美(2016)「韓国語学習者の e メールの書き方に関する一考察—学生から先生への依頼を中心に—」『関西大学外国語教育フォーラム』15, pp. 1-17, 関西大学外国語教育研究機構
- TOP ランゲージ(2010)『中級レベルからの実用ビジネス日本語 新装版』株式会社アルク, pp. 203-205
- 高本条治(1997)「E メール——新しい書き言葉のスタイル」『日本語学』16 巻 7 号, pp. 19-27
- 東会娟(2015)「韓国人日本語学習者と日本語母語話者の依頼メールの比較」『日本語教育方法研究会誌』22(2), pp. 40-41
- 永山嘉昭・黒田聡・雨宮拓(2000)『説得できる文章・表現 200 の鉄則 第3版 パソコン・電子メールの横書き仕事文はこう書く』日経 BP 社, pp. 100-183
- 野田尚史(2003)『日本語を書くトレーニング』ひつじ書房, pp. 14-17, pp. 24-43, pp. 88-95
- 野田尚史(2005)『なぜ伝わらない、その日本語』岩波書店, pp. 2-10, pp. 52-58, pp. 132-138, pp. 152-158
- 野田尚史(2009)「言語の教育からコミュニケーションの教育へ：非母語話者に対する日本語教育を例にして」『社会言語科学』12 巻, 1 号, pp. 67-79
- 萩原章子(2014)「日本語学習者による E メール作成—書き手中心から読み手中心へ—」『早稲田日本語教育実践研究』第 2 号, pp. 9-24
- 濱田美和・古本裕子・桑原陽子・深澤のぞみ(2013)「中国人留学生と日本人大学生の断りの E メールと比較」『富山大学人間発達科学部紀要』8 巻 1 号, pp. 221-233
- 真山美雪(2008)『これで解決！ 伝わるメールと手紙の書きかた』主婦の友, pp. 12-96
- 宮寄由美(2008)「親しい友人間でも「丁寧さ」に関する考察—メールの長さに着目して—」『専修国文』82 巻, pp. 15-26
- 吉田さち(2009)「韓国人日本語学習者のメール文における『断り』—日本語母語話者との比較を通じて—」『日本語学習者による言語運用とその評価をめぐる調査研究：「日本語能力の評価基準・項目の開発」成果報告書』, 国立国語研究所
- 頼美麗(2005)「依頼における「お詫び・謝罪型」表現に関する考察—日本語母語話者と台湾人日本語学習者を対象に一」『早稲田大学日本語教育研究』6, pp. 63-77, 早稲田大学
- 李佳盈(2014)「電子メールにおける依頼行動：依頼行動の展開と依頼ストラテジーの台日対照研究(第 28 回日本言語文化学会 発表要旨)」『言語文化と日本語教育』Vol. 28 pp. 99-102

## 謝辞

本研究にあたり、研究テーマから、研究方法、展開、論文の執筆に至るまで丁寧かつ熱心に指導して下さった長谷川守寿准教授に心から深く感謝致します。また、「YNU 書き言葉コーパス」についてご丁寧にご指導していただいた奥野由紀子准教授に感謝します。

本調査に際して、貴重な時間を割いて下さった調査協力者の方々へ心から感謝の気持ちと御礼を申し上げます。また、論文の作成にあたり、ネイティブチェックでご指導を下さったアカデミックライティング、論文バウチャー制度の指導員の方々にも感謝したくて、謝辞にかえさせていただきます。

最後に、たくさんのご意見を下さった長谷川ゼミの方々、この二年間一緒に頑張ってきた日本語教育学教室の同期の皆さんに心から感謝致します。

## 日本語学習者のコミュニケーションツールの使用についての意識調査

技術の発展とともに、手紙、電話の他に、メールやソーシャルアプリケーションなどのコミュニケーションツールも多用されています。日本語学習者が日本に来て、日本語が主な交流手段になってから、コミュニケーションツールの使用について苦手意識を持つようになったかどうかを探るために、本調査を行ないます。調査結果は修士論文に使用させていただきます。ご了承ください。ご協力のほど、お願いいたします。

1. 所属

大学：\_\_\_\_\_ 学年：\_\_\_\_\_

学部・研究科：\_\_\_\_\_

2. 日本に来て何年になりますか。

- ☐ 1 年未満
- ☐ 1 年～2 年
- ☐ 2 年以上（後に年数を書いてください） \_\_\_\_\_

3. 日本語は何年間勉強しましたか。

- ☐ 1 年未満
- ☐ 1 年～2 年
- ☐ 2 年以上（後に年数を書いてください） \_\_\_\_\_

4. 日常生活でどんなコミュニケーションツールを使っていますか。あてはまるものを全て選んでください。

- ☐ 手紙
- ☐ 電話
- ☐ 電子メール
- ☐ ソーシャルアプリケーション（例：LINE）
- ☐ その他 \_\_\_\_\_

5. 以下のツールを、使うのが難しいと思う順に並べてください。

- ① 手紙
- ② 電話
- ③ 電子メール
- ④ ソーシャルアプリケーション（例：LINE）
- ⑤ その他

最も難しい

[ \_\_\_\_\_ ] > [ \_\_\_\_\_ ] > [ \_\_\_\_\_ ] > [ \_\_\_\_\_ ]

## 添付資料 1

6. 普段よく電子メールを使いますか。

- ほぼ毎日使う
- 週 3～5 回使う
- 週 1 回ぐらい使う
- ほぼ使わない

7. 日本語の電子メールの書き方について勉強したことがありますか。

- ある
- ない

8. (7に「ある」と答えた人へ) どこで勉強しましたか。

- 学校の基礎日本語授業
- 学校の日本語作文授業
- 学校以外の就職や進学塾
- その他 \_\_\_\_\_

9. 電子メールを作成するとき、難しいと思いますか。

- 難しい
- やや難しい
- 簡単

10. (9に「難しい」と「やや難しい」と答えた人へ) 相手がどんな人の時に難しいと感じますか。  
難しいと感じる順に並べてください。

- ① 目上の人
- ② 同等の人
- ③ 目下の人

最も難しい

[            ] > [            ] > [            ]

11. (9に「難しい」と「やや難しい」と答えた人へ) 電子メールを作成する際、どこが難しいですか。  
あてはまるものを全て選んでください。

- ☐ 詳細な事情説明
- ☐ 正確な日本語表現
- ☐ 読み手に不快感を与えない表現
- ☐ 敬語と終助詞（「ね」のような、主に文末に現れ、話し手から聞き手への伝達に伴う態度を表す助詞）の使用
- ☐ メール体裁（手紙、電子メールなどの用途にふさわしい構成）と文体
- ☐ その他 \_\_\_\_\_

## 添付資料 1

12. 読みやすいメールに不可欠なものは何だと思いますか。重要だと考える順に並べてください。

- ① 詳細な事情説明
- ② 正確な日本語表現
- ③ 読み手に不快感を与えない表現
- ④ 敬語と終助詞（「ね」のような、主に文末に現れ、話し手から聞き手への伝達に伴う態度を表す助詞）の使用
- ⑤ メールの体裁（手紙、電子メールなどの用途にふさわしい構成）と文体
- ⑥ その他\_\_\_\_\_

最も重要

[            ] > [            ] > [            ] > [            ] > [            ] > [            ]

13. 目上の人へ電子メール（300字程度）を送るとき、時間はどのぐらいかかりますか。

- 10分以内
- 10分～20分
- 20分～30分
- 30分以上

14. 電子メールを作成する際、参考となるものを探しますか。探すとなれば、どこで探しますか。あてはまるものを全て選んでください。

- ☐ ネットから参考となるものを探す
- ☐ 教材から参考となるものを探す
- ☐ 他の人に聞く
- ☐ その以外のところから参考となるものを探す \_\_\_\_\_
- ☐ 参考となるものを探さない

15. （14で「参考となるもの」以外の選択肢を選んだ人へ）どんな点を参考にしますか。あてはまるものを全て選んでください。

- ☐ 詳細な事情説明
- ☐ 正確な日本語表現
- ☐ 読み手に不快感を与えない表現
- ☐ 敬語と終助詞の使用
- ☐ メールの体裁と文体
- ☐ その他 \_\_\_\_\_

16. メールを書く時に、書式にこだわる場所がありますか。

- 勉強した書式で書く
- 自分の決まったスタイルで書く
- 特にこだわりがない
- その他 \_\_\_\_\_

ご協力、ありがとうございます。  
首都大学東京人文科学研究科日本語教育教室 M2 閻薇  
<https://sojump.com/jq/14026554.aspx>

## コミュニケーションツールの使用についての意識調査（学習者）

技術の発展とともに、手紙、電話の他に、メールやソーシャルアプリケーションなどのコミュニケーションツールも多用されています。日本語学習者が日本に来て、日本語が主な交流手段になってから、コミュニケーションツールの使用について苦手意識を持つようになったかどうかを探るために、本調査を行ないます。調査結果は修士論文に使用させていただきます。ご了承ください。ご協力のほど、お願いいたします。

### 1. 所属

大学：\_\_\_\_\_ 学年：\_\_\_\_\_

学部・研究科：\_\_\_\_\_

### 2. 日本に来て何年になりますか。

- ☐ 1 年未満
- ☐ 1 年～2 年
- ☐ 2 年以上（後に年数を書いてください）\_\_\_\_\_

### 3. 日本語は何年間勉強しましたか。

- ☐ 1 年未満
- ☐ 1 年～2 年
- ☐ 2 年以上（後に年数を書いてください）\_\_\_\_\_

### 4. 日常生活でどんなコミュニケーションツールを使っていますか。あてはまるものを全て選んでください。

- ☐ 手紙
- ☐ 電話
- ☐ 電子メール
- ☐ ソーシャルアプリケーション（例：LINE）
- ☐ その他 \_\_\_\_\_

### 5. 以下のツールを、使うのが難しいと思う順に並べてください。

- ① 手紙
- ② 電話
- ③ 電子メール
- ④ ソーシャルアプリケーション（例：LINE）
- ⑤ その他

最も難しい

[ \_\_\_\_\_ ] > [ \_\_\_\_\_ ] > [ \_\_\_\_\_ ] > [ \_\_\_\_\_ ]

## 添付資料 2

6. 普段よく電子メールを使いますか。

- ほぼ毎日使う
- 週 3 ～ 5 回使う
- 週 1 回ぐらい使う
- ほぼ使わない

7. 日本語の電子メールの書き方について勉強したことがありますか。

- ある
- ない

8. (7に「ある」と答えた人へ) どこで勉強しましたか。あてはまるものを全て選んでください。

- ☐ 学校の基礎日本語授業
- ☐ 学校の日本語作文授業
- ☐ 学校以外の就職や進学塾
- ☐ その他 \_\_\_\_\_

9. 電子メールを作成するとき、難しいと思いますか。

- 難しい
- やや難しい
- 簡単

10. (9に「難しい」と「やや難しい」と答えた人へ) 相手がどんな人の時に難しいと感じますか。難しいと感じる順に並べてください。

- ① 目上の人
- ② 同等の人
- ③ 目下の人

最も難しい

[            ] > [            ] > [            ]

11. (9に「難しい」と「やや難しい」と答えた人へ) 電子メールを作成する際、どこが難しいですか。あてはまるものを全て選んでください。

- ☐ 詳細な事情説明
- ☐ 正確な日本語表現
- ☐ 読み手に不快感を与えない表現
- ☐ 敬語と終助詞（「ね」のような、主に文末に現れ、話し手から聞き手への伝達に伴う態度を表す助詞）の使用
- ☐ メール体裁（手紙、電子メールなどの用途にふさわしい構成）と文体
- ☐ その他 \_\_\_\_\_



## 添付資料 2

1 2. 読みやすいメールに不可欠なものは何だと思いますか。重要だと考える順に並べてください。

- ① 詳細な事情説明
- ② 正確な日本語表現
- ③ 読み手に不快感を与えない表現
- ④ 敬語と終助詞（「ね」のような、主に文末に現れ、話し手から聞き手への伝達に伴う態度を表す助詞）の使用
- ⑤ メールの体裁（手紙、電子メールなどの用途にふさわしい構成）と文体
- ⑥ その他\_\_\_\_\_

最も重要

[            ] > [            ] > [            ] > [            ] > [            ] > [            ]

1 3. 今回のメールの作成時間はどのぐらいでしたか。

- 10分以内
- 10分～20分
- 20分～30分
- 30分以上

1 4. 普段電子メールを作成する際、参考となるものを探しますか。探すとなれば、どこで探しますか。あてはまるものを全て選んでください。

- ☐ ネットから参考となるものを探す
- ☐ 教材から参考となるものを探す
- ☐ 他の人に聞く
- ☐ その以外のところから参考となるものを探す \_\_\_\_\_
- ☐ 参考となるものを探さない

1 5. （1 4で「参考となるものを探さない」以外の選択肢を選んだ人へ）どんな点を参考にしましたか。あてはまるものを全て選んでください。

- ☐ 詳細な事情説明
- ☐ 正確な日本語表現
- ☐ 読み手に不快感を与えない表現
- ☐ 敬語と終助詞の使用
- ☐ メールの体裁と文体
- ☐ その他 \_\_\_\_\_

1 6. メールを書く時に、書式にこだわる場所がありますか。

- 勉強した書式で書く
- 自分の決まったスタイルで書く
- 特にこだわりがない
- その他 \_\_\_\_\_

ご協力、ありがとうございます。

首都大学東京人文科学研究科日本語教育教室 M2 閻薇

<https://www.wjx.cn/jq/17606519.aspx>

## コミュニケーションツールの使用についての意識調査(母語話者)

技術の発展とともに、手紙、電話の他に、メールやソーシャルアプリケーションなどのコミュニケーションツールも多用されています。日本語母語話者は、コミュニケーションツールの使用について苦手意識を持つかどうかを探るために、本調査を行ないます。調査結果は修士論文に使用させていただきます。ご了承ください。ご協力、ありがとうございます。

### 1. 所属

大学：\_\_\_\_\_ 学年：\_\_\_\_\_

学部・研究科：\_\_\_\_\_

2. 日常生活でどんなコミュニケーションツールを使っていますか。あてはまるものを全て選んでください。

- ☐ 手紙
- ☐ 電話
- ☐ 電子メール
- ☐ ソーシャルアプリケーション (例：LINE)
- ☐ その他 \_\_\_\_\_

3. 以下のツールを、使うのが難しいと思う順に並べてください。

- ① 手紙
- ② 電話
- ③ 電子メール
- ④ ソーシャルアプリケーション (例：LINE)
- ⑤ その他

最も難しい

[ \_\_\_\_\_ ] > [ \_\_\_\_\_ ] > [ \_\_\_\_\_ ] > [ \_\_\_\_\_ ]

4. 普段よく電子メールを使いますか。

- ☐ ほぼ毎日使う
- ☐ 週3～5回使う
- ☐ 週1回ぐらい使う
- ☐ ほぼ使わない

5. 電子メールの書き方について勉強したことがありますか。

- ☐ ある
- ☐ ない

6. (5に「ある」と答えた人へ) どこで勉強しましたか。

\_\_\_\_\_

### 添付資料 3

7. 電子メールを作成するとき、難しいと思いますか。

- 難しい
- やや難しい
- 簡単

8. (7に「難しい」と「やや難しい」と答えた人へ) 相手がどんな人の時に難しいと感じますか。 難しいと感じる順に並べてください。

- ① 目上の人
- ② 同等の人
- ③ 目下の人

最も難しい

[            ] > [            ] > [            ]

9. (7に「難しい」と「やや難しい」と答えた人へ) 電子メールを作成する際、どこが難しいですか。あてはまるものを全て選んでください。

- ☐ 詳細な事情説明
- ☐ 正確な日本語表現
- ☐ 読み手に不快感を与えない表現
- ☐ 敬語と終助詞（「ね」のような、主に文末に現れ、話し手から聞き手への伝達に伴う態度を表す助詞）の使用
- ☐ メールの体裁（手紙、電子メールなどの用途にふさわしい構成）と文体
- ☐ その他 \_\_\_\_\_

10. 読みやすいメールに不可欠なものは何だと思いますか。重要だと考える順に並べてください。

- ① 詳細な事情説明
- ② 正確な日本語表現
- ③ 読み手に不快感を与えない表現
- ④ 敬語と終助詞（「ね」のような、主に文末に現れ、話し手から聞き手への伝達に伴う態度を表す助詞）の使用
- ⑤ メールの体裁（手紙、電子メールなどの用途にふさわしい構成）と文体
- ⑥ その他 \_\_\_\_\_

最も重要

[            ] > [            ] > [            ] > [            ] > [            ] > [            ]

11. 今回のメールの作成時間はどのくらいでしたか。

- 10分以内
- 10分～20分
- 20分～30分
- 30分以上

### 添付資料 3

1 2. 普段電子メールを作成する際、参考となるものを探しますか。探すとすれば、どこで探しますか。  
あてはまるものを全て選んでください。

- ☐ ネットから参考となるものを探す
- ☐ 教材から参考となるものを探す
- ☐ 他の人に聞く
- ☐ その以外のところから参考となるものを探す \_\_\_\_\_
- ☐ 参考となるものを探さない

1 3. (1 2で「参考となるものを探さない」以外の選択肢を選んだ人へ) どんな点を参考にしましたか。  
あてはまるものを全て選んでください。

- ☐ 詳細な事情説明
- ☐ 正確な日本語表現
- ☐ 読み手に不快感を与えない表現
- ☐ 敬語と終助詞の使用
- ☐ メールの体裁と文体
- ☐ その他 \_\_\_\_\_

1 4. メールを書く時に、書式にこだわる場所がありますか。

- ☐ 勉強した書式で書く
- ☐ 自分の決まったスタイルで書く
- ☐ 特にこだわりがない
- ☐ その他 \_\_\_\_\_

ご協力、ありがとうございます。  
首都大学東京大学院人文科学研究科人間科学専攻  
日本語教育学教室 M2 閻薇  
<https://www.wjx.cn/jq/17606504.aspx>

## 添付資料 4 Google での「メールの書き方」の検索結果

番号	タイトル	種類	所属
1	ビジネスメールの書き方；ビジネスメールの定型フォーマット	ビジネス場面	ビジネスメールの書き方（～文例（社内メール・社外メール・社交メール）、フレーズ～）
2	メールのマナー【メールの書き方】；ビジネスメールの基本、10のポイント	ビジネス場面	Colta コルタ（メールのコミュニケーションを学ぶことができるサイト）
3	【例文つき】教授へのメールの書き方とは？ 大学生は要チェック！	学生生活	マイナビ学生の窓口（失敗しない学生生活のトリセツ）
4	メールテクニック：ビジネスメールの達人が教える、知っていると便利なメールテクニック集	ビジネス場面	ビジネスメールの教科書（マナー・書き方・送り方から活用術まで）
5	メールを書くときにはここに注意	学生生活	慶應義塾大学経済学部 松岡和美
6	ビジネスメールで失敗しない！覚えておくべきマナー集とやりがちなダメ文法	ビジネス場面	ferret(Web マーケティングに強くなるメディア)
7	メール例文.COM【ビジネスメール書き方例文】	ビジネス場面	メール例文.COM（ビジネスシーンで今すぐコピペで使える無料メール例文サイト）
8	頻出表現をマスター：「依頼」「お礼・お詫び」「催促、抗議、反論」メール書き方（テンプレートあり）	ビジネス場面	MMLメルラボ（メールを使ったコミュニケーション、メールマーケティングの効果をあげるための様々な情報を発信します）
9	ビジネスメールのマナー・書き方13選【基本編】；敬語でビジネスメールを書こう！気をつけるべき4つのステップ	ビジネス場面	株式会社LIG（ウェブサイト制作事業（企画/マーケティング/ブランディング/デザイン/システム開発））
10	大学生必見！ 社会人や教員へのメールの書き方〔就活対策にも〕	学生生活；学生就職	NAVER まとめ
11	参加メール・お礼メール・キャンセルメール・日程調整メールの書き方・例	社会人転職	マイナビAGENT（面接対策完全ガイド）
12	ビジネスメールの書き方基本メール；『わかりやすいメールを書くための文章術』『言いにくいこと伝えるメールの書き方』『よりていねいなメール対応テクニック』	ビジネス場面	書き方ができる人コム（基本的な文書の表し方まで学べる「書き方」サイト）
13	大学教授へのメールの書き方と例文。返信する時のマナー	学生生活	ゼロワンマガジン（株式会社そとが運営するインターン/就活を成功させたい学生のためのお役立ちサイト）
14	ビジネスメールの書き方講座	ビジネス場面	デジタルハリウッド株式会社（IT関連及びデジタルコンテンツの人材養成スクール・大学・大学院を運営する教育機関）
15	【実践編】OB/OG訪問の依頼メール・お礼メールの書き方	学生生活	BIZREACH CAMPUS（大学生と活躍しているOB/OGがつながる、OB/OG訪問の新しい形のマッチングサービスです。）
16	メールの書き方	学生就職	JS日本の企業（新卒学生のための就職活動応援サイト）
17	マナーのあるメールの書き方 宛名は敬称に気を配ろう・相手の立場にたつことでWin-Winの関係に・どんなときも相手を思いやる心を忘れない	ビジネス場面	nikkeiBPnet(プロフェッショナルのためのビジネスキュレーションサイト)
18	仕事とキャリアのプチまなび：分かりやすいメールの書き方	ビジネス場面	テンプグループ（派遣や人材派遣会社など、仕事探しはテンプスタッフ 仕事とキャリアのプチまなび）
19	就職活動メールのマナー 失礼にならない返信の仕方・書き方	学生就職	就プラ（就活応援プラットフォーム）
20	メールの書き方 基本編	ビジネス場面	SUPPORT TIMES(カスタマーサポートの今を届けるメディア)
21	チャンスをのがさないメールの書き方	社会人転職	PROSEEK（転職サイト）

添付資料 5 学生向けのネット

番号	タイトル	種類	所属
3	【例文つき】教授へのメールの書き方とは？ 大学生は要チェック！	学生生活	マイナビ学生の窓口 (失敗しない学生生活のトリセツ)
5	メールを書くときにはここに注意	学生生活	慶應義塾大学経済学部 松岡和美
10	大学生必見！ 社会人や教員へのメールの書き方〔就活対策にも〕	学生生活； 学生就職	NAVER まとめ
11	参加メール・お礼メール・キャンセルメール・日程調整メールの書き方・例	学生就職	マイナビ AGENT (面接対策完全ガイド)
13	大学教授へのメールの書き方と例文。返信する時のマナー	学生生活	ゼロワンマガジン (株式会社そとが運営するインターン/就活を成功させたい学生のためのお役立ちサイト)
15	【実践編】OB/OG 訪問の依頼メール・お礼メールの書き方	学生就職	BIZREACH CAMPUS (大学生と活躍している OB/OG がつながる、OB/OG 訪問の新しい形のマッチングサービスです。)
16	メールの書き方	学生就職	JS 日本の企業 (新卒学生のための就職活動応援サイト)
19	就職活動メールのマナー 失礼にならない返信の仕方・書き方	学生就職	就プラ (就活応援プラットフォーム)
22	抑えておいてほしい。大学教授へのメールの書き方・例文	学生生活	Campus Magazine (大学生の困ったことを解決するウェブマガ)
23	ビジネスメール文例 学生	学生就職	ビジネスメールの教科書 (マナー・書き方・送り方から活用術まで)
24	メールの書き方	学生生活	九州工業大学 小田部荘司
25	メールの書き方	学生生活	関西大学商学部 岩本明憲
26	【学生用】好印象を与えるメールの「署名テンプレート」集	学生就職	Mayones (IT 人材のためのキャリアライフスタイルマガジン)
27	【単位ください】大学生必見！教授に響くメールの書き方	学生生活	きつとみつかるカフェ。 (学生が運営する学生のための情報発信基地)

書籍	作者	例	タイトル	分類	対象	出版社	年	ページ
仕事で使う！日本語ビジネス文書マニュアル 1 初級が終わったら始めよう 2 にほんご敬語トレーニング	奥村真希・安河内貴子 金子広幸	販促イベント第2回打ち合わせの案内 新作映画イベントの報告会の招待（お知らせ）メール	第四章 ビジネスメールのマナー——書き方の基本と文例	ビジネス	学習者	株式会社アスク	2007	pp. 81-88
中級レベルからの実用ビジネス 3 ネス日本語 新装版	TOPランゲージ	見積書の発送 体質改善プロジェクトメンバー登録；旧版資料の廃棄；会費振り込みのお願い；打ち合わせ場所・時間；ビルテナントデータ収集システム事項発生；スライドチェットクのお祝い；「マニユアルは難しい」の例；〇〇会7月度例会のご案内；年末年始対応再確認【重要】；月例ミーティングのお知らせ；使用許可のお願い；セミナー概要；トキエメント専門委員会議事録；ブルチTRI00システムに関するご質問；人材開発課Y2000活動計画；アトバイスのお祝い；〇〇専門委員会懇親会の欠席をお知らせ；メールアドレス変更のお知らせ；ホームページのチェック依頼；Webサーバー停止のお知らせ；Re: トライアル試験；Re: フロジェクト会議欠席；Re: 再生紙の利用状況；Fwd: 予定変更；TOEIC実施のご案内；取材のお願い；技術情報誌へご寄稿のお願い；Re: 内覧会参加者名簿送付のお願い；Re: 職場安全衛生事務局会議議事録に対する質問；コンピュータウイルス情報	【メール実用文例集】 【メール用語】 【メール・サンズル】	ビジネス	学習者	株式会社アルク	2010	pp. 203-205
読得できる文章・表現2000の鉄則 第3版 パソコン・電子メールの横書き仕事文はこう書く 4	永山 嘉昭・黒田 聡・雨宮 拓		第3章電子メールの文章・表現 第4章デジタルコミュニケーションの作法	ビジネス	母語話者	日経BP社	2000	pp. 100-183
社会人として知っておきたい文書&メール基本の「き」 5	神谷 洋平	初めて送るメール；会議開催連絡メール；計報メール；会議日程変更通知メール；照会メール；訪問日程確認メール；不在お詫びメール；【至急】連絡メール；社内広報メール；退職ご挨拶メール	I ビジネスメール・文書の書き方と実用文例 ①メール作成の基本術 ②そのまま使えるメール文例	ビジネス	母語話者	土屋書店	2013	pp. 16-35
これで解決！伝わるメールと手紙の書きかた 6	真山美雪	おれ（社外の人/社内の人）；経過報告（ビジネス/プライベート）；催促（軽い催促/たびたびの催促）	第1章まず覚えたいメールの基本；第2章すぐ役に立つ、こんなときにはこんなメール；第3章お仕事のメールでさらに注意したいこと	ビジネス；日常生活	母語話者	主婦の友	2008	pp. 12-96
留学生用日本語作文テキスト 7 ト	井田正道	先生に中間レポートをメールで送る；先生に中間レポートの書き直すよう言われた場合；先生に書き直した中間レポートをメールで送る；あなたはCASIO北京でインターソンを行い、おれのメールを送ります；先生に研究計画書の指導のお礼のメールを送る；日本の大学の先生に研究生を希望するメールを送る場合；日本の先生からのメールに返信する場合；日本人の先生にイベントの報告をする場合；先生に日本語大会の結果を報告する；先生に大学院の推薦書を書いてもらう	第3章丁寧な日本語の使いかた	学生生活	学習者	北京科技大学日本語学科	2013	pp. 11-20
大学生のための社会人入門トレーニング コミュニケーション編 8 ケーシヨソ編 テキスト	真田治子・野原佳代子・長谷川守寿	合同お花見日程調整	付録③ビジネスメールの書式	ビジネス	母語話者	三省堂	2011	pp. 92-93